



اتاق بازرگانی
صنایع، معادن و کشاورزی
اصفهان
ISFAHAN CHAMBER OF COMMERCE
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

اتاق‌های بازرگانی دیجیتال و خدمات آنها مطالعه موردی اتاق‌های دبی، استانبول و مالزی (کوالالامپور)

محقق: پریسا حمیدی گنج‌ه

ناظر: علی صادقی همدانی

مرکز پژوهش و بررسی‌های اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

شهریور ۱۴۰۴



	فهرست
۳.....	۱. خلاصه.....
۴.....	۲. تعریف و تاریخچه اتاق بازرگانی دیجیتال.....
۶.....	۳. ساختار، اهداف و خدمات اتاق‌های بازرگانی دیجیتال.....
۸.....	۴. ویژگی‌ها و خدمات اتاق‌های بازرگانی دیجیتال.....
۱۱.....	۵. مطالعه موردی: اتاق بازرگانی دیجیتال دبی.....
۱۱.....	۵.۱. پیشینه و روند شکل‌گیری.....
۱۶.....	۵.۲. ساختار.....
۱۹.....	۵.۳. وظایف و اختیارات.....
۲۱.....	۵.۴. فعالیت‌های انجام شده و اثرات آنها.....
۲۱.....	۵.۴.۱. چشم‌انداز اتاق بازرگانی دیجیتال دبی.....
۲۲.....	۵.۴.۲. دستاوردها.....
۲۶.....	۵.۴.۳. معرفی دو برنامه مهم پیش روی اتاق بازرگانی دیجیتال دبی و اهداف آنها.....
۲۸.....	۶. مطالعه موردی: اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی (کوالالامپور):.....
۲۸.....	۶.۱. پیشینه و روند شکل‌گیری.....
۳۳.....	۶.۲. ساختار.....
۳۵.....	۶.۳. وظایف و اختیارات.....
۳۸.....	۶.۴. فعالیت‌های انجام شده و اثرات آنها.....
۳۹.....	۷. مطالعه موردی: اتاق بازرگانی دیجیتال استانبول.....
۳۹.....	۷.۱. پیشینه و روند شکل‌گیری.....
۴۳.....	۷.۲. ساختار.....
۴۶.....	۷.۳. وظایف و اختیارات.....
۴۸.....	۷.۴. فعالیت‌های انجام شده و اثرات آنها.....
۵۰.....	۸. مقایسه اتاق‌های بازرگانی دیجیتال دبی، مالزی (کوالالامپور) و استانبول.....
۵۲.....	۹. چالش‌ها و فرصت‌ها در مسیر دیجیتال‌سازی اتاق‌های بازرگانی.....
۵۲.....	۹.۱. چالش‌های دیجیتال‌سازی.....
۵۳.....	۹.۲. فرصت‌ها و مزایای دیجیتال‌سازی.....
۵۴.....	۱۰. تاثیرات دیجیتالی شدن در صنعت.....
۵۵.....	۱۱. نتیجه‌گیری و پیشنهادات.....
۵۷.....	۱۲. پیوست.....
۵۷.....	۱۲.۱. تعریف دیجیتالی شدن.....
۵۸.....	۱۲.۲. فرایند دیجیتالی شدن.....
۶۱.....	۱۲.۳. تفاوت دیجیتالی شدن و تحول دیجیتال.....
۶۳.....	۱۲.۴. توکن و توکنایزه شدن.....
۶۴.....	۱۲.۴.۱. توکنایزه کردن در اقتصاد.....
۶۶.....	۱۲.۴.۲. نقش توکنایزه شدن در اتاق‌های بازرگانی دیجیتال.....



۱. خلاصه

ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، موج چهارم انقلاب صنعتی یا همان **اقتصاد دیجیتال** را رقم زده و ماهیت تعاملات اقتصادی، زنجیره ارزش و رقابت‌پذیری کسب و کارها را به صورت بنیادین دگرگون کرده است.^۱ در این بستر جدید، اتاق‌های بازرگانی، به‌عنوان نهادهای میانجی میان بخش خصوصی و حاکمیت، با چالشی راهبردی برای تطبیق ساختار، خدمات و نقش‌های سنتی خود با الزامات زیست‌بوم دیجیتال و جهانی‌شدن تجارت روبه‌رو شده‌اند. تحول دیجیتال، فرایندی صرفاً فناورانه نبوده و متضمن تغییر مدل ذهنی، بازنگری در سیاست‌گذاری و ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی، داده‌ای و آموزشی نوین است؛ به گونه‌ای که اتاق‌های دیجیتال، با تمرکز بر **شبکه‌سازی، آموزش تخصصی، حمایت از نوآوری و پیوند بین‌المللی**، نقش فعالی در مدیریت اکوسیستم اقتصاد دانش‌بنیان و حرکت کشورها به سوی اقتصاد نوین و رقابتی ایفا می‌کنند.

مطالعه تطبیقی تجربه کشورهای امارات متحده عربی، مالزی و ترکیه، می‌تواند افق نوینی برای تحول راهبردی اتاق‌های بازرگانی در دیگر کشورها گشوده و الگویی برای سیاست‌گذاری علمی و نهادسازی کارآمد در مسیر تحقق چشم‌انداز اقتصاد دیجیتال ارائه دهد.

در این گزارش، مدل‌های ساختاری و سیاستی سه اتاق بازرگانی دیجیتال در دبی، استانبول و کوالالمپور به دقت تحلیل شده است. نتایج نشان می‌دهد که تخصص‌گرایی ساختاری، چابکی حکمرانی و راهبردهای حمایت از نوآوری، عوامل کلیدی موفقیت این اتاق‌ها در هدایت اکوسیستم کسب و کار دیجیتال و ایجاد ارزش افزوده برای اقتصاد کشورها بوده است. دبی با ساختار اتاق دیجیتال مستقل و راهبرد جذب شرکت‌های فناوری، استارت‌آپ‌ها و استعدادهای جهانی موفق شده است به یک قطب پیشرو بین‌المللی در اقتصاد دیجیتال، صادرات خدمات دانش‌بنیان و جذب سرمایه‌گذاری خطرپذیر بدل شود. حضور دفاتر تخصصی، ارائه پلتفرم‌های یکپارچه، آموزش‌های هدفمند و تسهیل مقررات، عامل موفقیت سریع‌السير این اکوسیستم بوده است.

^۱ روند گرایش به سمت دیجیتالی شدن را می‌توان به‌وضوح در بررسی شرکت‌ها و بخش‌هایی که طی ۵۰ سال گذشته در آمریکا فعال بوده‌اند، مشاهده کرد. در سال ۱۹۶۹، تعداد ۱۶۶ (۳۳٪) شرکت از مجموع ۵۰۰ شرکت موجود در شاخص S&P ۵۰۰ (شاخصی بورسی است که عملکرد ۵۰۰ شرکت بزرگ سهامی عام آمریکا را در هر سال دنبال می‌کند)، مربوط به بخش‌های صنعتی بودند؛ صنایعی مانند خودروسازی، پتروشیمی و تولیدی. در مقابل، تا سال ۲۰۱۹ این تعداد به تنها ۷۰ (۱۴٪) شرکت صنعتی کاهش یافت، یعنی سهم صنایع سنگین در شاخص بیش از نصف شد.

در تضاد آشکار، در سال ۱۹۶۹ تنها ۱۷ (۳٪) شرکت فناوری اطلاعات در شاخص وجود داشت؛ اما تا سال ۲۰۱۹ این رقم ۴ برابر رشد کرد و به ۶۸ شرکت (۱۴٪) رسید. - Dubai-Digitized-Economy-Entrepreneur. <https://www.dubaichamberdigital.com/en/knowledge-hub>.



استانبول مسیر ترکیبی سنت و تحول دیجیتال را دنبال کرده؛ با ادغام کمیته‌های تخصصی، ارتباط چندلایه با پارک‌های فناوری، دانشگاه‌ها و حمایت از نوآوری فناورانه، توانسته فضای رقابتی را در سطح منطقه‌ای گسترش دهد. سامانه‌های خدمات الکترونیک، حل اختلاف دیجیتال، دوره‌های آموزشی و حمایت از صادرات دیجیتال از ویژگی‌های کلیدی این مدل است.

کوالامپور بر آموزش، توسعه مهارت‌های دیجیتال، پوشش شکاف دیجیتالی و شبکه‌سازی درون‌بخشی متمرکز بوده است. این اتاق با ایجاد دفاتر اجرایی تخصصی، سیاست‌های تسهیل‌کننده دسترسی فناوری و طرح‌های حمایت از SME ها نقشی کلیدی در هم‌افزایی دولت و بخش خصوصی و تحریک زیست‌بوم نوآوری دیجیتال ایفا می‌کند.

افزایش سرعت و شفافیت فرآیندها، ترویج نوآوری، تسهیل شبکه‌سازی جهانی، بسترسازی برای صادرات دیجیتال و حمایت از آموزش و مهارت، محور اصلی تحول اتاق‌های دیجیتال پیشرو است. این تجارب نشان می‌دهد که برای تحقق تحول دیجیتال موفق، ضروری است ساختار حکمرانی، تخصصی و منعطف شود و همزمان سیاست‌های راهبردی یکپارچه در کل جامعه اتخاذ شود و همچنین تعامل فعال اکوسیستم ملی و بین‌المللی برقرار شود.

۲. تعریف و تاریخچه اتاق بازرگانی دیجیتال

پس از شکل‌گیری و توسعه ابزارهای دیجیتال و به دنبال آن گسترش تجارت مبتنی بر ابزار و ارزش‌های دیجیتال، موج جدیدی در دنیای تجارت و صنعت آغاز شد که "انقلاب صنعتی چهارم یا اقتصاد دیجیتال" نامیده شد. در واقع تحول دیجیتال یک نوع تغییر مدل و پارادایم فکری است که بیشتر از فناوری، بر تحول تاکید دارد؛ چرا که فناوری به صورت کم و بیش و دیر یا زود در دسترس قرار خواهد گرفت ولی تحول از تغییر در مدل ذهنی شروع خواهد شد و نهایتاً منجر به متفاوت بودن می‌شود.^۱ با توجه به شکل‌گیری این نوع از مبادلات و ارتباطات تجاری در دنیا و تحولات بزرگ در حوزه‌های مختلف همچون موضوعات ذیل، نهادهای سنتی اقتصادی نیازمند تطبیق با واقعیت‌های جدید شدند.

- فناوری اطلاعات و ارتباطات: ظهور اینترنت و توسعه فناوری‌های دیجیتال در دهه‌های اخیر، منجر به سرعت گرفتن تجارت جهانی و دیجیتالی شدن شد.

^۱ ابطحی، م. (۱۴۰۲). سند رسته تولید نرم افزارها، پلتفرم‌های فناوری پیشرو و ماشین‌های هوشمند، طرح تدوین نقشه راهبردی صنعتی و ارتقای تولید داخل. تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.



می‌دهد و به دنبال ایجاد محیطی است که نوآوری، ایجاد شغل و سرمایه‌گذاری در بخش‌های دارایی دیجیتال و بلاکچین را تشویق کند.^۱

این اتاق‌ها تلاش می‌کنند تا درک عمومی را افزایش دهند، سیاست‌های مثبت را پیش ببرند و چارچوب‌های نظارتی ایجاد کنند که پذیرش و استفاده امن از فناوری‌های دیجیتال را تسهیل نمایند.

اولین «اتاق بازرگانی دیجیتال»^۲، در جولای سال ۲۰۱۴ در واشینگتن دی.سی ایالات متحده آمریکا، تاسیس شد. این اتاق به عنوان یک سازمان غیرانتفاعی و صنفی با تمرکز بر حمایت از صنعت دارایی دیجیتال، بلاک‌چین و ارزهای دیجیتال شروع به فعالیت کرد و از آن زمان نقش مهمی در لابی برای سیاست‌های مناسب دارایی‌های دیجیتال، ترویج نوآوری و آموزش ذی‌نفعان در زمینه بلاکچین و فرصت‌های ارز دیجیتال ایفا کرده است. این اتاق صدها جلسه صنعتی با نمایندگان کنگره برگزار کرده و به عنوان صدای صنعت فعالیت کرده است. همچنین در سال ۲۰۱۵، «اتحاد بلاکچین» را برای مقابله با فعالیت‌های مجرمانه و تضمین امنیت صنعت بلاکچین تأسیس کرد. در سال ۲۰۱۷، اولین «ماموریت تجاری گواهی‌شده بلاکچین» را رهبری کرد و حضور شرکت‌های مستقر در ایالات متحده آمریکا در امارات متحده عربی را تقویت نمود. این ماموریت به پیشبرد «استراتژی بلاکچین دبی» کمک کرد و به تحول دبی به نخستین دولت مبتنی بر بلاکچین در جهان انجامید. در نتیجه، چندین عضو^۳ TDC در امارات عملیات خود را راه‌اندازی کرده‌اند.

امروزه، اتاق‌های مشابه در سطح جهان وجود دارند تا پذیرش فناوری‌های دیجیتال را تسریع کرده و رشد اقتصاد دیجیتال را ترویج دهند.

۳. ساختار، اهداف و خدمات اتاق‌های بازرگانی دیجیتال

اتاق بازرگانی دیجیتال نهادی است که با استفاده از فناوری‌های نوین و خدمات آنلاین، نقش واسطه فعال بین کسب‌وکارها، دولت و اکوسیستم نوآوری و اقتصاد دیجیتال را ایفا می‌نماید. این اتاق‌ها، برخلاف ساختار سنتی که مبتنی بر تعامل حضوری و خدمات فیزیکی بود، شرایط ارتباط سریع، دسترسی جهانی و پشتیبانی فناورانه را برای اعضا و کل اکوسیستم، فراهم می‌نمایند.

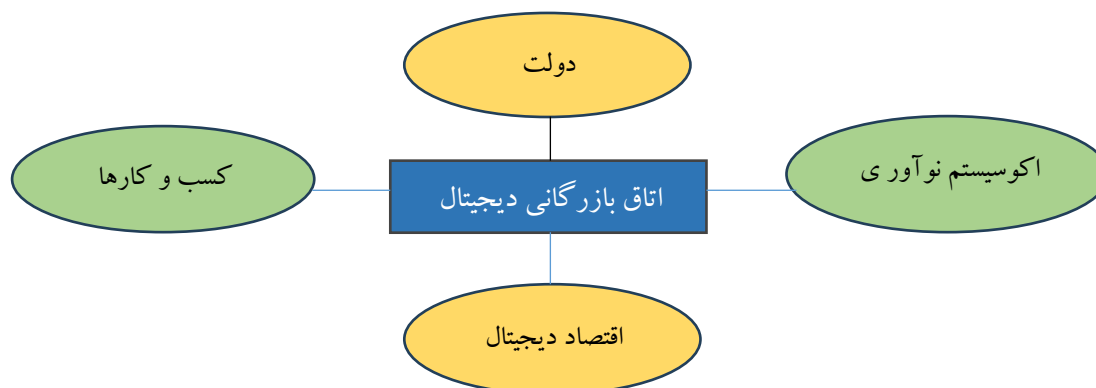
^۱ The Digital Chamber of Commerce – Insights on Blockchain, <https://insureblocks.com/?p=۴۴۲۹>

^۲ The Chamber of Digital Commerce

^۳ مرکز توسعه فناوری Technology Development Center



شکل ۱- نقش اتاق بازرگانی دیجیتال در بوم کسب و کار



جدول ۱- تفاوت‌های اتاق‌های بازرگانی دیجیتال و سنتی در حوزه خدمات رسانی و کیفیت ارائه خدمات^۱

ردیف	موضوع	اتاق‌های بازرگانی دیجیتال	اتاق‌های بازرگانی سنتی
۱	دسترسی و محدوده فعالیت‌ها	خدمات ارائه شده به صورت تمام وقت (۲۴ ساعته) و جهانی است	خدمات ارائه شده وابسته به مکان و زمان مشخص است
۲	نحوه دسترسی به خدمات	عموماً از طریق پلتفرم‌های آنلاین	مراجعه حضوری
۳	نوع خدمات	مشاوره آنلاین، شبکه‌سازی دیجیتال، آموزش مجازی و Business Matchmaking (ایجاد ارتباط هدفمند بین شرکت‌ها برای همکاری تجاری) با فناوری روز	اداری، مشاوره حضوری و ارتباطات محلی (با محدوده جغرافیایی محدود)
۴	سرعت و کیفیت تعامل	اشتراک‌گذاری سریع داده‌ها، تسهیل شبکه‌سازی و دسترسی بلادرنگ به گزارش‌های بازار	اشتراک‌گذاری اطلاعات عموماً به صورت حضوری و با سرعت پایین است

^۱ امان پور، یسنا، "رئیس مرکز نوآوری و تحول دیجیتال اتاق بازرگانی تهران: حلقه واسط کسب و کارها و اکوسیستم نوآوری هستیم"، مجله پیوست، ۱۴۰۳، ۱۳۲



۴. ویژگی‌ها و خدمات اتاق‌های بازرگانی دیجیتال

با توجه به تفاوت‌های مطرح شده بین اتاق‌های بازرگانی سنتی و دیجیتال و همچنین نحوه و ضرورت شکل‌گیری این اتاق‌ها می‌توان اهداف، ویژگی‌ها و خدمات اتاق‌های بازرگانی دیجیتال را در حوزه‌های زیر تعریف کرد.^۱

جدول ۲- خدمات اتاق‌های بازرگانی دیجیتال

ردیف	موضوع خدمات	شرح خدمات	وجه تمایز با اتاق‌های بازرگانی سنتی
۱	تسهیل ارتباط میان شرکت‌های بزرگ و استارت‌آپ‌ها	اتاق‌های بازرگانی دیجیتال شرایط همکاری، انتقال دانش و ایجاد هم‌افزایی بین فعالان سنتی و فناوری را فراهم نموده که به رشد نوآوری منجر می‌شود. <i>مثال: رویدادهای Business Matchmaking</i> و <i>ایجاد مراکز شتاب‌دهی نوآوری</i>	در اتاق‌های دیجیتال، هدف شبکه‌سازی فعالان حوزه دیجیتال و ایجاد فضای همکاری صنعت و فناوری با هدف ارتقاء استفاده از فناوری در صنایع و بازرگانی است، در حالی که در اتاق‌های بازرگانی سنتی تمرکز بر حفظ صنایع سنتی موجود است و بودجه‌ای برای تغییر فناوری و استفاده از تکنولوژی موجود نیست
۲	حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان	مسئولیت اصلی اتاق‌های بازرگانی دیجیتال، حمایت از اکوسیستم نوآوری، آموزش و ورود تخصصی صاحبان کسب‌وکار فناوری به بازار Business Matchmaking و همچنین ایجاد زیرساخت مالی و حقوقی برای توسعه است. <i>مثال: ارائه گرت، فضای کار اشتراکی، شتاب‌دهنده و آموزش دیجیتال</i>	در اتاق‌های دیجیتال، یکی از اهداف اصلی فراهم کردن زیرساخت تخصصی نوآوری، پشتیبانی مالی و حقوقی از کسب و کارها است، برخلاف رویکرد سنتی که یا هنوز این موضوع را به عنوان هدف اصلی انتخاب نکرده‌اند و یا هدف جانبی آنها است.
۳	حمایت در راستای سیاست‌گذاری	اتاق‌های بازرگانی دیجیتال با هدف نمایندگی کسب‌وکارهای دیجیتال نزد قانون‌گذار و تلاش و لابی‌گری در جهت	در اتاق‌های دیجیتال، تلاش می‌شود از طریق لابی‌گری و یا به صورت مستقیم، حضور فعال در تعیین سیاست ملی دیجیتال و گسترش آن

^۱ <https://digitalchamber.org/>



<p>داشته باشند اما در اتاق‌های سنتی این موضوعات هدف اصلی نیستند و به صورت ساختارمند به این موضوع پرداخته نمی‌شود.</p>	<p>تصویب قوانین روشن و به‌روز مرتبط با نوآوری در بلاکچین و دارایی‌های دیجیتال فعالیت می‌نماید. مثال: مشارکت در تصویب قوانین تجارت الکترونیک و بلاکچین</p>		
<p>در اتاق‌های دیجیتال، هدف آموزشی کاملاً بر آموزش و انتقال دانش تخصصی دیجیتال متمرکز است اما در اتاق‌های سنتی آموزش‌های عمومی و سنتی حوزه کسب و کار مورد توجه هستند.</p>	<p>اتاق‌های بازرگانی دیجیتال رویدادها، کنفرانس‌ها و جلسات توجیهی برگزار می‌نمایند تا رهبران صنعت، دانشگاهیان و مقامات دولتی را به هم متصل کرده و دانش و بهترین شیوه‌ها در کسب و کار دیجیتال را ترویج دهند. مثال: برگزاری کنفرانس‌ها و کارگاه‌های فناوری اطلاعات، دعوت از رهبران صنعت</p>	آموزش و همکاری	۴
<p>در اتاق‌های دیجیتال، تحلیل داده‌های آنلاین و خدمات هوشمند به صورت مجازی مورد توجه ویژه است و تلاش می‌شود از طریق استفاده از فناوری روز مخاطبان بیشتری با شرایط تسهیل شده داشته باشند اما در مقابل، اتاق‌های سنتی هنوز خدمات خود را به صورت حضوری و کاغذی ارائه می‌دهند.</p>	<p>اتاق‌های بازرگانی دیجیتال منابعی مانند گزارش‌ها، تحلیل‌ها و شبکه‌سازی کسب و کار را برای حمایت از استارت‌آپ‌ها، سرمایه‌گذاران و شرکت‌های مستقر در اکوسیستم دیجیتال فراهم می‌نمایند. مثال: ارائه گزارش بازار دیجیتال، راه‌اندازی سامانه‌های آنلاین مشاوره</p>	خدمات کسب و کار	۵
<p>در اتاق‌های دیجیتال، یکی از اهداف اصلی، اتصال و ارتباط نیاز بازار با فناوران و پژوهشگران به منظور توسعه هدفمند و فناورانه صنعت است اما اتاق سنتی عملاً این شبکه‌سازی را ندارد و یا به صورت ناقص و غیر عملیاتی است.</p>	<p>اتاق‌های بازرگانی دیجیتال با شناسایی نیازهای واقعی صنعت و بازار، فضا را برای ورود فناوری‌های جدید و حل مشکلات بنگاه‌های اقتصادی سنتی باز می‌نمایند. مثال: شناسایی نیاز فناوری‌های نو در صنعت و معرفی به استارت‌آپ‌ها</p>	ایجاد تقاضای نوآوری	۶



با توجه به خدمات اشاره شده، اتاق‌های بازرگانی دیجیتال، یکی از ستون‌های اصلی در مدیریت و ارتقاء کارایی اکوسیستم نوآوری و اقتصاد دیجیتال محسوب می‌شوند و باهدف تبدیل بلاکچین و دارایی‌های دیجیتال به عناصر پایه‌ای اقتصادهای مدرن و راهنمایی در ادغام آن‌ها در سیستم‌های مالی، تجارت و زیرساخت‌های دولتی راه‌اندازی و ایجاد می‌شوند.

۵. مطالعه موردی: اتاق بازرگانی دیجیتال دبی^۱



۵، ۱. پیشینه و روند شکل گیری

اتاق بازرگانی دبی با نام رسمی اتاق بازرگانی و صنایع دبی^۲ در تاریخ ۱ ژوئیه ۱۹۶۵ میلادی با فرمان شیخ راشد بن سعید آل مکتوم با هدف نمایندگی، حمایت و حفاظت از منافع جامعه تجاری، ایجاد محیط تجاری پویا و کمک به تبدیل دبی به یک مرکز تجاری جهانی تأسیس شد و شروع به فعالیت نمود.

پس از گسترش اقتصاد دیجیتال در دنیا و با توجه به هدف گذاری دبی برای کاهش سهم نفت از تولید ناخالص داخلی آن کشور و جذب سهم بزرگی از اقتصاد دیجیتال جهان و معرفی خود به عنوان یک قطب و الگوی جهانی برای استفاده از فناوری‌های روز و همچنین با هدف تبدیل پایگاه صنعتی امارات متحده عربی به یک بخش رقابتی، مولد و پایدار در سطح جهانی، این کشور یک برنامه ویژه برای به کارگیری آخرین فناوری‌های انقلاب صنعتی چهارم تدوین کرد. هدف این برنامه تسریع تحول دیجیتال بخش صنعتی، حمایت از صنعتگران پیشرو در طول سفرشان، افزایش بهره وری این بخش و ایجاد هزاران شغل جدید و با مهارت بالا بوده است. در این راستا در سال ۲۰۱۶، "بنیاد آینده دبی"^۳ به عنوان یکی از بازوهای رگلاتورهای مهم دبی در حوزه نوآوری، شروع به کار کرد؛ سپس در سال ۲۰۱۷، "وزارت هوش مصنوعی، اقتصاد دیجیتال و کار از راه دور" در دبی تأسیس و آغاز به کار کرد. در سال ۲۰۱۹ یکی از اولین "مراکز انقلاب صنعتی

^۱ Dubai Chamber of Digital Economy

^۲ Dubai Chamber of Commerce & Industry

^۳ Dubai Future Foundation (DFF), <https://www.dubaifuture.ae/>



چهارم" در خاورمیانه و غرب آسیا در دبی فعالیت خود را شروع نمود؛ این مرکز به صورت متمرکز بر روی موضوعات بلاکچین، هوش مصنوعی و پزشکی دقیق، تمرکز دارد و در حال فعالیت است. در سال ۲۰۲۰، "وزارت فناوری‌های پیشرفته" و در سال ۲۰۲۱ هم "وزارت توسعه و آینده" و "اتاق دیجیتال" در دبی تاسیس شد.^۱

شکل ۲- مسیر زمانی شکل‌گیری نهادهای فعال در حوزه دیجیتال در دبی



در همین راستا در سال ۲۰۲۲ طبق قانون شماره ۱ سال ۲۰۲۲، اتاق بازرگانی و صنایع دبی به طور رسمی به سه بخش مستقل با مسئولیت‌ها و مأموریت‌های جداگانه شامل:

- اتاق بازرگانی دبی (غرفه دبی التجاره)^۳
- اتاق بین‌المللی دبی (غرفه دبی العالمیه)^۴

^۱ عبده ابطحي. م. (۱۴۰۳). تحول دیجیتال در بخش‌های صنعتی (معرفی مرکز انقلاب چهارم صنعتی امارات متحده عربی)، معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

^۲ Law No. (۱) of ۲۰۲۲ – “Establishing the Dubai Chambers”

^۳ Dubai Chamber of Commerce

^۴ Dubai International Chamber



• اتاق دیجیتال دبی (غرفه دبی الرقیمه)^۱

تقسیم شد و مجموعه‌ای تحت عنوان (اتاق‌های دبی)^۲ Dubai Chambers ایجاد گردید. قانون شماره ۱ سال ۲۰۲۲ دبی، به منظور اصلاح و ارتقای ساختار اتاق بازرگانی و صنایع دبی تدوین شد. هدف اصلی این قانون، تخصصی‌سازی و افزایش کارآمدی نمایندگی و حمایت از بخش‌های مختلف اقتصادی بود.

مسئولیت‌های کلیدی اتاق‌های بازرگانی دبی شامل ارائه خدمات ارزش افزوده به جامعه تجاری، پیشبرد حمایت مؤثر برای بهبود فضای تجاری دبی، تقویت تجارت بین‌المللی، کمک به شرکت‌های محلی برای گسترش به بازارهای جهانی جدید و جذب مشاغل و سرمایه‌گذاری‌های خارجی به دبی است.^۳

بر اساس قانون شماره ۱ سال ۲۰۲۲، اتاق‌های دبی، به منظور دستیابی به اهداف خود، وظایف و اختیارات زیر را دارند:

۱. تدوین برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهبردهایی با هدف ارتقای جایگاه امارات در حوزه‌های تجارت و صنعت در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی؛ جذب سرمایه‌گذاری و تشویق شرکت‌ها به استقرار کسب‌وکار خود در امارات؛ و ایجاد یک محیط تجاری جذاب و پویا در هماهنگی با نهادهای دولتی ذی‌ربط؛

۲. تدوین برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهبردهایی که به توسعه کادری پیشرو، اداری و فنی در حوزه‌های اقتصادی و بخش کسب‌وکار کمک می‌کنند و آنان را برای تصدی پست‌های تخصصی کنونی و آینده توانمند می‌سازند؛ پیشنهاد قوانین موردنیاز برای اجرای این برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهبردها؛ و ارائه توصیه‌ها و پیشنهادهای مربوط؛

۳. انعقاد توافق‌نامه‌ها و تفاهم‌نامه‌ها با اتحادیه‌ها، اتاق‌ها، انجمن‌ها و سازمان‌های مشابه به منظور تقویت روابط همکاری و تجاری با آن‌ها، در هماهنگی با نهادهای دولتی ذی‌ربط در امارات؛

۴. ارائه خدمات موردنیاز اعضای اتاق‌های دبی به منظور تسهیل فعالیت‌های تجاری و حمایت از حقوق آنان؛ دریافت نظرات ایشان و ارائه آن به نهادهای دولتی ذی‌ربط برای حل مشکلات، موانع، چالش‌ها یا دشواری‌هایی که با آن مواجه می‌شوند.

^۱ Dubai Chamber of Digital Economy

^۲ Dubai Chambers

^۳ https://en.wikipedia.org/wiki/Dubai_Chambers



۵. صدور مجوزهای لازم برای تیم‌های کاری و شوراهای تجاری که در امارات از میان شرکت‌ها، بازرگانان و کارشناسان هم‌ملیت تشکیل می‌شوند، به منظور آماده‌سازی جهت دریافت پروانه‌ها و شخصیت حقوقی لازم از سوی نهادهای دولتی ذی‌ربط، طبق قوانین جاری؛
۶. پذیرش هیئت‌ها و مأموریت‌های تجاری بازدیدکننده و اعزام هیئت‌های تجاری به خارج؛
۷. سازمان‌دهی، برگزاری، مشارکت یا همکاری در برگزاری رویدادها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها، سمپوزیوم‌ها و سمینارهای تجاری داخلی و بین‌المللی با هدف ارتقای اقتصاد و مؤسسات تجاری؛
۸. بررسی و تحلیل شرایط اقتصادی و یاری به تصمیم‌گیران امارات در پیش‌بینی آینده و توسعه ابزارها و روش‌های موردنیاز برای ارتقای بخش اقتصادی و ارائه پیشنهادها لازم در خصوص به‌روزرسانی قوانین موجود یا پیشنهاد قوانین جدید با هدف تحقق توسعه اقتصادی پایدار، در هماهنگی با نهادهای دولتی ذی‌ربط؛
۹. همکاری و هماهنگی با نهادهای دولتی محلی و فدرال، اتاق‌های بازرگانی، اتحادیه‌ها و سازمان‌های تجاری و بازرگانی از تمامی بخش‌های اقتصادی با هدف ارتقای فعالیت‌های تجاری و بررسی راه‌های توسعه آن‌ها و حل مسائل مشترک تجاری، فنی و اداری؛ و تبادل تجربه و مشاوره با این نهادها، اتاق‌ها، اتحادیه‌ها و سازمان‌ها؛
۱۰. انتشار مجلات، بولتن‌های دوره‌ای و دیگر انتشارات تجاری و تخصصی و تهیه گزارش‌ها و مطالعات در حوزه‌های مرتبط با وظایف اتاق‌های دبی؛
۱۱. تشکیل کمیته‌های تخصصی و تیم‌های کاری به منظور ارائه حمایت و راه‌حل‌های نوآورانه به شرکت‌ها در زمینه‌های بازاریابی و توسعه ظرفیت‌ها؛
۱۲. تقویت روابط اقتصادی امارات با سایر کشورها برای جذب سرمایه‌گذاری و تشویق شرکت‌ها به استقرار کسب‌وکار خود در امارات؛
۱۳. انجام مطالعات و تحقیقات و تهیه گزارش‌های اقتصادی با هدف ارزیابی و ارتقای عملکرد بخش‌های اقتصادی امارات و شناسایی مشکلات یا موانع موجود؛ و ارائه نتایج آن به اداره اقتصاد و گردشگری (DET) و نهادهای دولتی ذی‌ربط، در صورت نیاز؛



۱۴. تملک، مدیریت، سرمایه‌گذاری، فروش و رهن اموال منقول و غیرمنقول؛ و انعقاد انواع قراردادها و توافق‌نامه‌ها؛

۱۵. تأسیس شرکت‌ها یا پروژه‌های سرمایه‌گذاری کاملاً متعلق به اتاق‌های دبی یا مشارکت در سهام شرکت‌ها و پروژه‌های موجود که مرتبط با تحقق اهداف آن در داخل یا خارج امارات باشند؛

۱۶. ارائه مشاوره و راهنمایی به اعضای اتاق‌های دبی در زمینه‌های حقوقی، تجاری، اقتصادی یا فنی؛^۱

این سه اتاق علاوه بر فعالیت به عنوان نهادهای جداگانه، برای دستیابی به اهداف مشترک خود و ارتقای جایگاه دبی به عنوان یک قطب جهانی برای تجارت، بازرگانی و سرمایه‌گذاری، با یکدیگر همکاری می‌کنند.

اتاق اقتصاد دیجیتال دبی، یکی از اتاق‌های سه‌گانه دبی، با توجه به اهمیت موضوع رشد دبی در حوزه دیجیتال و انقلاب صنعتی چهارم، به صورت جداگانه تشکیل شد و علاوه بر همکاری با اتاق‌های دیگر دبی به صورت جداگانه نیز دارای اهداف و وظایف اختصاصی است.

این اتاق راه‌اندازی شد تا موقعیت دبی را در قلب اقتصاد دیجیتال تقویت کند و با جذب شرکت‌ها و استعدادهای جهانی به این امارات و اطمینان از اینکه آن‌ها بتوانند رشد و پیشرفت داشته باشند، فعالیت نماید. این اتاق متعهد به ساخت اقتصاد آینده و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال با استاندارد جهانی برای حمایت از اکوسیستم استارت‌آپی پویا در دبی است. علاوه بر تثبیت موقعیت دبی به عنوان یک مرکز جهانی پیشرو در زمینه فناوری‌های پیشرفته، این اتاق از منافع شرکت‌های فناوری حمایت می‌کند و تلاش دارد سهم صنایع دیجیتال در اقتصاد امارات را افزایش دهد و قصد دارد امارات را به عنوان یکی از چابک‌ترین و متنوع‌ترین قطب‌های دیجیتال مبتنی بر فناوری در جهان معرفی کند. اتاق دیجیتال دبی بر حمایت از منافع اکوسیستم اقتصاد دیجیتال، جذب شرکت‌های دیجیتال به دبی و حمایت از موفقیت استارت‌آپ‌های داخلی تمرکز دارد.^۲

«مرکز انقلاب صنعتی چهارم دبی»^۳ و «اتاق بازرگانی دیجیتال دبی» هر دو به عنوان بازیگران کلیدی در توسعه فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان این شهر نقش دارند و ارتباط آن‌ها همکاری و همسویی در ایجاد اکوسیستم دیجیتال و پیاده‌سازی

^۱ Law No. (۱) of ۲۰۲۲ – “Establishing the Dubai Chambers”

^۲ <https://www.dubaichamberdigital.com/en/about-dubai-chambers-of-digital-economy>

^۳ UAE Center for the Fourth Industrial Revolution (C^۴IR)



فناوری‌های نوآورانه است. اتاق بازرگانی دیجیتال دبی به‌ویژه مسئولیت فراهم کردن زیرساخت، جذب شرکت‌های فناوری و حمایت از توسعه استارت‌آپ‌های دیجیتال را برعهده دارد.

در حالی که مرکز انقلاب صنعتی چهارم (C4IR UAE) تحت نظارت «بنیاد آینده دبی»^۱، مأموریت تسریع پذیرش فناوری‌های نوینی مانند اینترنت اشیا^۲، هوش مصنوعی و بلاک‌چین را در بخش‌های صنعتی دنبال می‌کند.

هر دو نهاد در ارائه برنامه‌ها، پلتفرم‌ها و خدماتی برای تسهیل فعالیت شرکت‌های دیجیتال و پیاده‌سازی فناوری‌های انقلاب صنعتی چهارم نقش مکمل دارند.

اتاق بازرگانی دیجیتال دبی از فرصت‌های ناشی از گسترش فناوری‌های انقلاب صنعتی چهارم برای رشد استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناوری بهره‌می‌برد و به جذب سرمایه‌گذاری و استعداد کمک می‌کند.

مرکز انقلاب صنعتی چهارم دبی نیز نقشی در تدوین سیاست‌ها و پشتیبانی نهادی برای به‌کارگیری تکنولوژی‌های پیشرفته در اکوسیستم تجاری ایفا می‌کند.^۳

۵.۲. ساختار

هر یک از اتاق‌های وابسته دارای هیئت‌مدیره مستقلی هستند که متشکل از یک رئیس، یک نایب‌رئیس و تعدادی عضو مجرب، شایسته و متخصص است که مطابق با فرمان حاکم دبی منصوب می‌شوند. مدت عضویت در هیئت‌مدیره‌های اتاق‌های وابسته سه (۳) سال بوده و قابلیت تمدید دارد.

هیئت‌مدیره‌های اتاق‌های وابسته بر اجرای وظایف این اتاق‌ها مطابق قوانین اتاق‌های بازرگانی دبی، نظارت می‌نمایند و دارای وظایف ذیل هستند:

۱. تصویب سیاست کلی، برنامه‌ها، راهبردها و تخصیص‌های مالی اتاق‌های وابسته؛ و ارائه آن‌ها به هیئت‌مدیره برای تصویب نهایی؛

۲. نظارت بر اجرای سیاست کلی تصویب‌شده و برنامه‌های راهبردی، توسعه‌ای و عملیاتی؛

^۱ Dubai Future Foundation

^۲ اینترنت اشیا (IoT-Internet of Things)، به شبکه‌ای از دستگاه‌های فیزیکی اطلاق می‌شود که به اینترنت متصل هستند و به صورت خودکار داده‌ها را جمع‌آوری، ارسال، دریافت و با دیگر دستگاه‌ها یا سیستم‌ها تبادل می‌کنند. این فناوری با استفاده از حسگرها، نرم‌افزارها و ارتباطات بی‌سیم، اشیا را هوشمند کرده و به آن‌ها امکان تعامل دیجیتال و مدیریت مستقل می‌دهد؛ بدون نیاز به دخالت مستقیم انسان؛

^۳ امیرزاده، ر. (۱۴۰۲). نقشه راه دبی برای اقتصاد دیجیتال و پروژه رسانه‌ای این شهر. تهران. ماهنامه کارنگ



۳. تصویب پروژه‌ها، برنامه‌ها و ابتکارات اتاق‌های وابسته و پیشنهاد ابتکارات، برنامه‌ها و طرح‌های اقتصادی و پروژه‌های سرمایه‌گذاری که موجب حمایت و تقویت جایگاه اقتصادی امارات شده و فرصت‌های شغلی و سرمایه‌گذاری را افزایش دهد؛

۴. بررسی و اظهار نظر در خصوص موضوعات و مسائلی که از سوی نهادهای دولتی ذی‌ربط به اتاق‌های دبی ارجاع می‌شود.

۵. بررسی پیشنهادها و کسب و کار و توصیه‌های هیئت‌های مشورتی در خصوص مسائل اقتصادی مرتبط با فعالیت‌ها و کسب و کارها و چالش‌هایی که با آن مواجه هستند؛

در هر یک از اتاق‌های وابسته، هیئت مشورتی‌ای وجود دارد که در انجام وظایف هیئت‌مدیره آن اتاق کمک می‌نماید. هیئت مشورتی متشکل از یک رئیس و تعدادی عضو است که در زمینه کسب و کار دارای تجربه، دانش و تخصص هستند. هیئت‌های مشورتی پیشنهادها و توصیه‌های خود را به هیئت‌مدیره اتاق وابسته مربوطه ارائه می‌دهند تا در مسیر بهبود تصمیم‌گیری‌ها و انتقال دانش فعالان اقتصادی به ایشان موثر باشند.

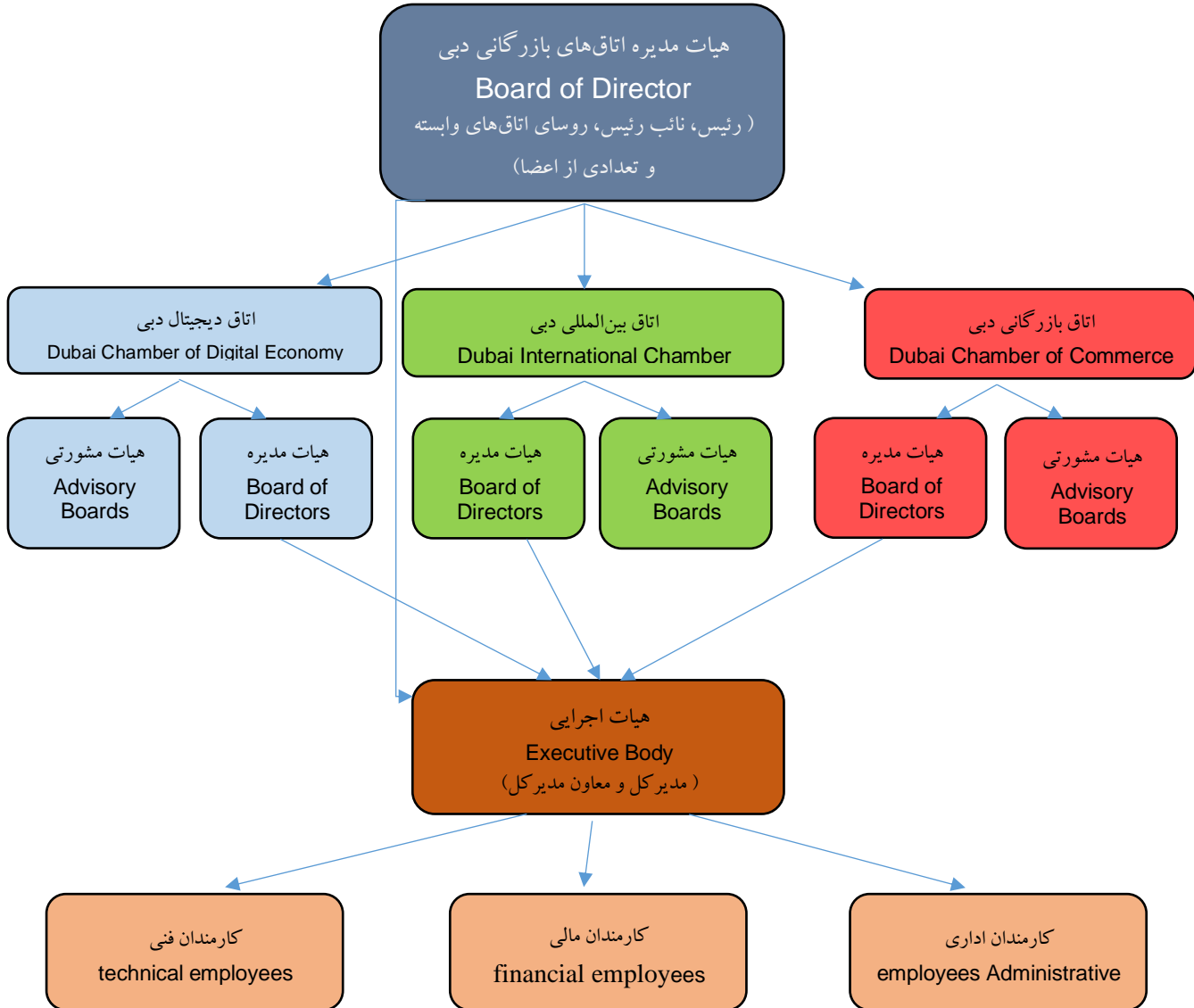
انجام امور اجرایی اتاق‌های دبی به عهده هیئت اجرایی اتاق‌های دبی متشکل از مدیرکل، معاون مدیرکل و تعدادی از کارکنان اداری، مالی و فنی است.

- مدیرکل و معاون مدیرکل از سوی هیئت‌مدیره منصوب می‌شوند.
- مدیرکل مستقیماً در برابر هیئت‌مدیره و هیئت‌های مدیره اتاق‌های وابسته مسئول است و بر اجرای تصمیمات و قوانین ابلاغ شده مطابق با آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اتاق نظارت دارد.^۱

^۱ Law No. (۱) of ۲۰۲۲ – “Establishing the Dubai Chambers”



شکل ۳- چارت ساختاری اتاق‌های بازرگانی دبی





۵.۳. وظایف و اختیارات

اتاق اقتصاد دیجیتال دبی، در هماهنگی با اتاق‌های دبی و نهادهای دولتی ذی‌ربط، وظایف و اختیارات زیر را دارد:

۱. تدوین برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهبردهایی با هدف ارتقای جایگاه امارات به عنوان مرکز اقتصاد دیجیتال جهانی؛ جذب سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی در بخش‌های تجارت و صنعت دیجیتال؛ و پیگیری اجرای این برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهبردها؛
۲. تدوین و نظارت بر اجرای برنامه‌های لازم برای پشتیبانی و ترویج استفاده شتاب‌زده از فناوری‌های دیجیتال در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی؛ ایجاد فرصت‌های توسعه دیجیتال؛ پر کردن شکاف دیجیتال با اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته؛ و به کارگیری هوشمندانه فناوری‌های نوین؛
۳. تدوین و نظارت بر اجرای برنامه‌های موردنیاز برای حمایت از شرکت‌های فناوری و پرورش متخصصان توانمند، به منظور ایجاد نسل جدیدی از استعدادهای دیجیتال که قادر به مواجهه با چالش‌های ناشی از دیجیتالی‌سازی و فناوری‌های آینده در امارات باشند؛
۴. جذب بازرگانان، شرکت‌ها و استعدادهای جهانی متخصص در فناوری‌های پیشرفته؛ فراهم‌سازی تسهیلات و مشوق‌هایی که آن‌ها را به فعالیت در امارات ترغیب کند؛ و ایجاد شبکه‌ای تخصصی در سطح جهانی و محلی با کارآفرینان، شرکت‌های فناوری و صندوق‌های سرمایه‌گذاری تخصصی؛
۵. تشویق سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فناوری پیشرفته در سراسر جهان و تملک سهام در این شرکت‌ها.
۶. انجام مطالعات، تحقیقات و تهیه گزارش‌هایی با هدف ارزیابی و توسعه عملکرد بخش‌های دیجیتال و اقتصاد دیجیتال در امارات؛ شناسایی مشکلات و موانع پیش‌رو؛
۷. تقویت همکاری با انجمن‌های بین‌المللی برای تدوین راهبردهای توسعه دیجیتال در امارات مطابق با اصول جهانی‌سازی دیجیتال آینده و تلاش برای انتقال این راهبردها به مناطق کمتر توسعه‌یافته جهان.
۸. تدوین برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهبردهای موردنیاز برای ایجاد رویکردی جامع برای اتاق‌های دبی با هدف استفاده از این برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهبردها جهت توسعه اقتصاد دیجیتال، کارآفرینی، داده‌ها، تجارت، رقابت، مالیات، مالکیت فکری و سایر حوزه‌ها و صنایع؛



۹. تدوین برنامه‌ها و انجام مطالعات با هدف ترویج پذیرش و استفاده از دارایی‌های دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاکچین از طریق آموزش و همکاری با سیاست‌گذاران دیجیتال در سراسر جهان، برای ایجاد محیطی که نوآوری و سرمایه‌گذاری در دارایی‌ها و فناوری‌های دیجیتال را تقویت کند؛

۱۰. شتاب‌بخشی و به‌کارگیری همه تلاش‌ها برای ایجاد بهترین زیرساخت دیجیتال در امارات؛ و توسعه کادرهای پیشرو، اداری و فنی در حوزه اقتصاد دیجیتال که قادر به استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و مواجهه با مسائل مرتبط با اینترنت و اثرگذار بر بخش اقتصاد دیجیتال در سطح محلی و جهانی باشند، در هماهنگی و همکاری با کالج‌ها، مؤسسات و مراکز آموزشی تخصصی در داخل و خارج امارات؛

۱۱. پشتیبانی از تحول دیجیتال در شرکت‌های ملی فعال در امارات؛ ارائه خدمات استخراج و تحلیل داده‌های بازار به همه بخش‌ها؛ ارائه مشاوره‌های دیجیتال به اعضای اتاق‌های دبی و فراهم‌سازی آموزش‌های حرفه‌ای و مشاوره‌های تخصصی، حقوقی و دیجیتال برای ایشان؛

۱۲. مشارکت در افزایش آگاهی در زمینه امنیت شبکه و داده‌ها؛

۱۳. ارتقای رقابت‌پذیری دیجیتال شرکت‌های ملی و نظارت بر برنامه‌های تحول دیجیتال این شرکت‌ها؛

۱۴. راه‌اندازی پروژه‌ها، برگزاری کنفرانس‌ها و انجام مطالعات مرتبط با اقتصاد دیجیتال؛

۱۵. انجام هرگونه وظیفه یا اختیار دیگری که از سوی هیئت‌مدیره و در راستای تحقق اهداف اتاق‌های دبی به آن محول شود^۱.

مطابق بند ۱۶ قانون اتاق بازرگانی دبی، هر شخص حقیقی یا حقوقی که از اداره توسعه اقتصاد و گردشگری دبی (یا دیگر نهادهای مرجع صدور مجوز در دبی) مجوز فعالیت اقتصادی در حوزه‌های تجاری، صنعتی، کشاورزی، خدماتی یا حرفه‌ای دریافت کند، عضو اتاق‌های دبی (از جمله اتاق اقتصاد دیجیتال) خواهد بود.

دسته بندی شرکت‌های عضو اتاق‌های سه‌گانه دبی در حوزه‌های مختلف، شامل: شرکت‌های محلی (ملی)، شرکت‌های بازرگانی عمومی، بانک‌ها، شرکت‌های خارجی، بیمه، هتل‌ها و مشاغل مهمان‌داری، دفاتر حقوقی (وکلا)، کسب‌وکارهای تجاری ساده، صنایع دستی کوچک و غیره، با حق عضویت متفاوت می‌باشد.^۲

^۱ Law No. (۱) of ۲۰۲۲ – “Establishing the Dubai Chambers”

^۲ <https://filings.ae/guides/dubai-chamber-of-commerce>



طیف عضویت در اتاق بازرگانی دیجیتال شامل طیف گسترده‌ای از شرکت‌های فناوری، استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های فعال در حوزه بلاک چین، فین تک، تجارت الکترونیک و حتی شرکت‌های بین‌المللی است.

شرکت‌های عضو شامل برندهای چندملیتی حوزه فناوری، شرکت‌های آسیایی و اروپایی، استارت‌آپ‌های مطرح و فعالان منطقه‌ای و بین‌المللی هستند و شاخه‌های نوآوری فناوری همچون هوش مصنوعی، رمزارز، رباتیک، تجارت آنلاین و خدمات ابری را پوشش می‌دهند.

۵،۴. فعالیت‌های انجام شده و اثرات آنها

پس از تاسیس اتاق دیجیتال دبی، این اتاق بنابر اهداف تعیین شده به انجام فعالیت و اقدامات گوناگون پرداخت و نتایج چشمگیر و قابل قبولی به دست آورد.

۵،۴،۱. چشم انداز

امارات متحده عربی با ایجاد مراکز مختلف در حوزه دیجیتال، وارد دوره تازه‌ای از رشد شد که در آن، اقتصاد دیجیتال نقشی محوری در خلق فرصت‌های مبتنی بر دانش و نوآوری در حوزه‌ای مختلف کسب و کار دارد. در این راستا اتاق بازرگانی دیجیتال دبی نیز برای همراه شدن با برنامه اقتصادی کلان دبی، اهدافی را تعیین نموده و تلاش می‌نماید به اهداف خود را محقق نماید، اهدافی همچون:

- افزایش عضویت شرکت‌های دیجیتال و نوآور^۱
- حمایت از تأسیس استارت‌آپ‌ها
- برگزاری رویدادهای تخصصی ملی و بین‌المللی^۲
- انتشار گزارش‌های راهبردی
- افزایش سهم اقتصاد دیجیتال از GDP، تا سال ۲۰۳۰ به ۱۹.۴ درصد^۳
- توانمندسازی نیروی انسانی دیجیتال

^۱ <https://www.mediaoffice.ae/en/news/2025/august/08-19/dubai-chamber-of-digital-economy-supports-the-establishment-and-expansion>

^۲ <https://www.mediaoffice.ae/en/news/2025/august/08-19/dubai-chamber-of-digital-economy-supports-the-establishment-and-expansion>

^۳ <https://gccbusinesswatch.com/news/dubai-chamber-of-digital-economy-drives-growth-supports-215-digital-startups-with-us-v-billion-market-value-and-trains-243-emiratis-in-h/2024-1>



- افزایش پروژه‌های صادرات فناوری و جذب سرمایه خارجی

این اتاق بازرگانی با ترویج و پیشگامی در مفاهیم و فناوری‌های نوآورانه‌ای همچون متاورس، وب ۳، بلاکچین، هوش مصنوعی و دارایی‌های دیجیتال، نقشی اساسی در پیشبرد اقتصاد دیجیتال امارات ایفا می‌کند.

۲، ۴، ۵. دستاوردها

نتایج فعالیت‌های اتاق دبی در سال ۲۰۲۳، نشان می‌دهد اتاق‌های دبی تعهد دارند موضوع ارتقای منافع اعضا و حمایت از موفقیت بخش خصوصی را مورد توجه قرار دهند و در این راستا نتایج حاصل از اقدامات انجام شده در این سال نشان دهنده فعالیت اثرگذار این اتاق بوده است.

- تاسیس ۵۴۹ استارت‌آپ فناوری پیشرفته^۲

- ۹۱٪ رشد سالانه در جذب استارت‌آپ‌های دیجیتال به دبی

- تشکیل ۹ شرکت چند ملیتی دیجیتال (MNCs^۳)

- جذب شرکت‌های بزرگ و پیشروی جهانی حوزه فناوری به دبی

- ۲۴ تور بین‌المللی معرفی (Roadshows)^۴

- ماموریت‌هایی برای گشودن مسیر رشد دیجیتال در خاورمیانه، آفریقا، آسیا و اروپا

- جذب ۳۳۰۶۰ شرکت کننده (استارت‌آپ‌ها، سرمایه‌گذاران، فعالان دیجیتال و علاقه‌مندان) در رویداد "Expand North Star" است.^۵

- حضور ۶۰۴ استارت‌آپ و ۱۵۵ سرمایه‌گذار در نمایشگاه Expand North Star، بزرگترین رویداد

استارت‌آپی جهان^۶

^۱ نسل سوم اینترنت و تکامل نوین فضای وب است که بر پایه غیرمتمرکز بودن، هوشمندی و بلاکچین بنا شده و هدف آن انتقال کنترل و مالکیت داده‌ها از شرکت‌های بزرگ به خود کاربران و ایجاد بستری باز، ایمن و شخصی‌سازی شده برای تعامل و مبادله اطلاعات و ارزش است. در وب ۳، برنامه‌ها (اپلیکیشن‌ها) و وب‌سایت‌ها با استفاده از فناوری‌هایی مانند یادگیری ماشینی، کلان داده، هوش مصنوعی و توکن‌های رمزنگاری شده، داده‌ها را به شکل انسانی‌تر و معناگرا پردازش و مدیریت می‌کنند. همچنین بلاکچین نقش زیرساخت اصلی را ایفا می‌کند و از طریق قراردادهای هوشمند ارتباط مستقیم و امن کاربران را ممکن می‌سازد.

^۲ <https://www.wam.ae/en/article/b1sjqcf-dubai-chambers-attracts-more-than-67000-new-member>

^۳ Multinational Corporations

^۴ معمولاً وقتی یک شرکت، سازمان یا حتی دولت بخواهد در شهرها یا کشورهای مختلف طرح، محصول، استارت‌آپ یا فرصت سرمایه‌گذاری را معرفی کند، مجموعه‌ای از رویدادها و ارائه‌ها برگزار می‌کند که به آن Roadshow می‌گویند.

^۵ <https://www.dubaichambers.com/en/w/dubai-chamber-of-digital-economy-attracted-nine-multinational>

^۶ <https://www.wam.ae/en/article/b1sjqcf-dubai-chambers-attracts-more-than-67000-new-member>



- تهیه گزارش جامع با تمرکز بر اقتصاد دیجیتال شکوفای دبی و زیست بوم استارت آپی آن^۱

اهداف کلان این اتاق در سال ۲۰۲۴، جذب پایدار سرمایه انسانی، افزایش سهم اقتصاد دیجیتال در GDP امارات و تبدیل دبی به قطب جهانی شرکت های فناوری بوده است و در این راستا توانسته به نتایج ذیل دسترسی پیدا کند:^۲

- جذب ۲۵۸۳۱۸ شرکت عضو فعال (با رشد ۱۸٪ نسبت به سال قبل - این رقم معادل حدود ۲.۵۸٪ جمعیت

کل امارات و حدود ۷.۰۲٪ از جمعیت دویی بوده است؛ به عبارت دیگر به ازای هر ۱۰۰ نفر ساکن

دویی، تقریباً ۷ شرکت عضو اتاق بازرگانی وجود دارد.)^۳

- جذب ۷۰۵۰۰ عضو جدید پیوسته^۴

- ۳۰۹.۶ میلیارد درهم ارزش صادرات اعضا

- ۴.۳ میلیارد درهم ارزش کارنه های ATA صادر و دریافت شده^۵

- ۱.۲۱۰ استارت آپ دیجیتال که در راه اندازی و گسترش یافتند و مورد حمایت قرار گرفتند (با رشد ۱۲۰ درصدی

نسبت به سال قبل)

- ۱.۳۳۳ اماراتی آموزش دیده در قالب ابتکار "خلق اپلیکیشن ها در دبی"

- ۱۱۴ شرکت که برای گسترش بین المللی مورد حمایت قرار گرفتند

- ۲۰۷ شرکت جذب شده به دبی (شامل ۵۱ شرکت چندملیتی (MNCs) و ۱۵۶ شرکت کوچک و متوسط

(SMEs)^۶

راه اندازی و حمایت از ایجاد شرکت های استارت آپی در نیمه نخست سال ۲۰۲۵ بیانگر تأسیس و گسترش ۳۰۸

استارت آپ دیجیتال در دبی بوده که نشان دهنده رشد سالانه ۳۹٪ است.

^۱ <https://www.dubaichamberdigital.com> & [Dubaichamber's Annual Report ۲۰۲۲](#)

^۲ <https://www.wam.ae/en/article/bhy۸۸m۵-dubai-chamber-digital-economy-supports>

^۳ <https://focus.hidubai.com/dubai-chamber-of-commerce-reports-۱۸-growth-in-membership-and-aed-۶-۳۰۹-billion-in-exports-for-۲۰۲۴/>

^۴ <https://news.uppersetup.com/economy/۲۰/۰۱/۲۰۲۵/dubai-chamber-reports-significant-growth-in-membership-and-economic-contributions-in-۲۰۲۴/>

^۵ کارنه (ATA (ATA Carnet) یک سند گمرکی بین المللی است که به آن «گذرنامه کالا» هم می گویند. در واقع ابزاری است برای ورود و خروج موقت کالا بدون پرداخت حقوق گمرکی، عوارض یا سپرده نقدی در کشورهای عضو این کنوانسیون. این کالاها همچون کالاهای نمایشگاهی، تجهیزات حرفه ای و کالاهای ورزشی و فرهنگی هستند.

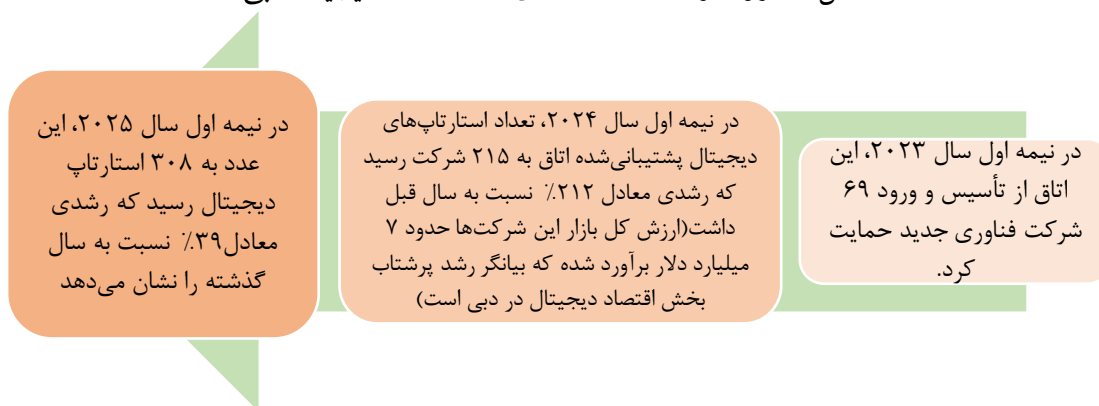
^۶ [Dubaichamber's Annual Report ۲۰۲۴](#)



با توجه به اقدامات انجام شده در اتاق‌های دبی، تعداد اعضای آنها، بر اساس آمار ارائه شده در سایت اتاق‌های دبی، در سال ۲۰۲۴، به ۷۰.۵۰۰ عضویت جدید رسید و در مجموع ۲۵۸,۳۱۸ شرکت عضو فعال داشته است که رشد سالانه ۱۸٪ را نشان می‌دهد.^۱

روند رشد تعداد اعضای اتاق اقتصاد دیجیتال دبی طی چند سال اخیر بسیار چشمگیر بوده است و هر سال تعداد شرکت‌های عضو و فعال رو به افزایش گذاشته است:

شکل ۴- روند رشد تعداد اعضای اتاق اقتصاد دیجیتال دبی



همچنین، آمار کلی نشان می‌دهد نرخ رشد سالانه عضویت شرکت‌های دیجیتال در دبی در سال‌های اخیر حدود ۳۰٪ درصد بوده و این روند رشد همچنان ادامه دارد.^۲

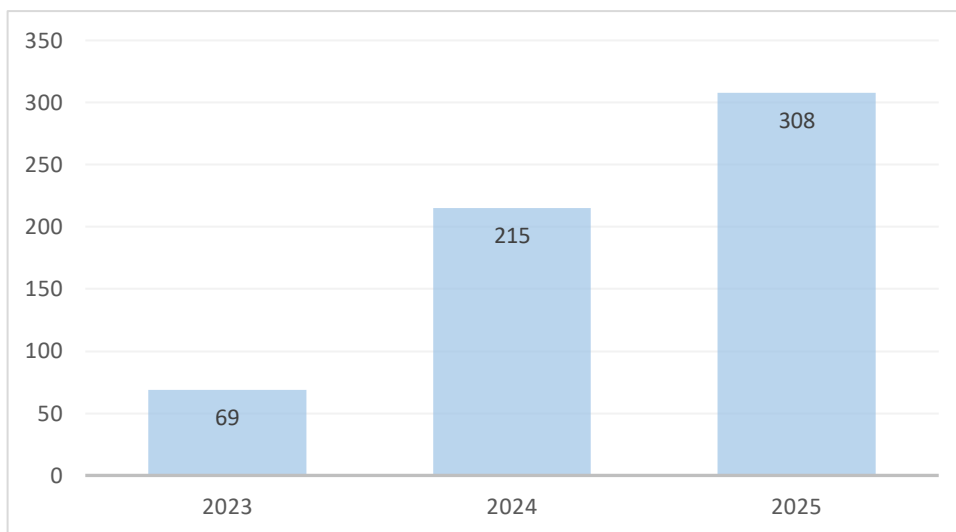
قبل از تاسیس اتاق بازرگانی دیجیتال دبی (یعنی تا سال ۲۰۲۱-۲۰۲۲)، سهم اقتصاد دیجیتال ناخالص داخلی امارات و دبی حدود ۹.۷ تا ۱۰ صد بوده است. پس از ایجاد نهادهای توسعه دهنده دیجیتال، مثل اتاق بازرگانی دیجیتال دبی، این سهم به ۱۳ درصد در سال ۲۰۲۴ رسید.

^۱ <https://www.dubaichambers.com>

^۲ Dubai Chamber of Digital Economy Drives Growth: Supports ۲۱۵ Digital Startups with US\$ ۷ Billion Market Value and Trains ۲۴۳ Emiratis in H^۱ ۲۰۲۴, (۲۰۲۴), <https://gccbusinesswatch.com>



نمودار ۱- وضعیت رشد تاسیس شرکت های فناوری و استارت آپ



با توجه به رسالت و هدف اتاق بازرگانی دبی که تثبیت جایگاه دبی به عنوان قطب جهانی فناوری های پیشرفته است؛ این اتاق حمایت از منافع شرکت های فناوری و افزایش سهم صنایع دیجیتال در اقتصاد امارت را هم دنبال کرده و می کند.

جدول ۳- خدمات اتاق دیجیتال دبی^۱

ردیف	موضوع خدمات	هدف
۱	خدمات راه اندازی و توسعه کسب و کار	ارائه پلتفرم «کسب و کار در دبی» برای تسهیل و ساده سازی فرآیند ثبت، راه اندازی و گسترش شرکت های دیجیتال پشتیبانی از صدور مجوز فعالیت، ایجاد و ثبت قانونی شرکت های فناوری، استارت آپ ها و شرکت های بین المللی ارائه فضای اداری، خدمات ابری، راه حل های بانکی و خدمات مرتبط با زیرساخت تجاری
۲	خدمات شبکه سازی و تطبیق تجاری	راه اندازی سرویس تطبیق کسب و کار (Business matchmaking) برای اتصال شرکت های دیجیتال با شرکا، سرمایه گذاران، مشتریان و ارائه دهندگان خدمات تخصصی برگزاری رویدادهای سالانه مانند Expand North Star و شبکه سازی جهانی استارت آپ ها و سرمایه گذاران

^۱ خدایی، علیرضا، "اتاق اقتصاد دیجیتال دبی پلتفرم «کسب و کار در دبی» را راه اندازی کرد"، <https://elececo.ir> و

<https://www.wam.ae/fa/article/hszrhb۲۵>



۳	حمایت‌های آموزشی و توانمندسازی انسانی	برنامه‌های آموزشی ویژه برای ارتقاء مهارت‌های دیجیتال نیروهای متخصص، از جمله طرح "Create Apps In Dubai" برای آموزش برنامه‌نویسان و مدیران فناوری آموزش و مشاوره تخصصی جهت افزایش شانس موفقیت و گسترش بازار شرکت‌های عضو
۴	خدمات مشاوره و تسهیل کسب و کار	ارائه خدمات مشاوره‌ای تخصصی در زمینه رفع موانع قانونی، مالیاتی و بازار رمز ارزها و فناوری‌های نوین همراهی در ثبت، توسعه و صادرات محصولات دیجیتال و دسترسی به بازارهای جهانی
۵	تسهیل سرمایه‌گذاری و جذب منابع مالی	راه‌اندازی پلتفرم‌هایی جهت جذب سرمایه داخلی و خارجی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری به شرکت‌های دیجیتال عضو حمایت از SME ها و استارت‌آپ‌ها در فرایند جذب منابع مالی و سرمایه کار
۶	خدمات ویژه تبادل تجربه و دیده شدن جهانی	انتشار گزارش‌های تخصصی، ارائه برنامه‌ها و ابتکارات نوآورانه برای رشد اقتصاد دیجیتال و ارتقای موقعیت جهانی دبی برگزاری کارگاه‌های مشترک با سازمان‌های دولتی برای بررسی چالش‌های صنعت دیجیتال و تدوین راهکارهای مشترک

معرفی دو برنامه مهم پیش روی اتاق بازرگانی دیجیتال دبی و اهداف آنها ۳، ۴، ۵.

جدول ۴- برنامه‌های پیش روی اتاق بازرگانی دیجیتال دبی

ردیف	عنوان برنامه	هدف	خدمات ارائه شده
	Create Apps 'in Dubai	- تبدیل دبی به پیشروترین شهر جهان در "اقتصاد اپلیکیشن" تا سال ۲۰۲۵ - توانمندسازی نسل آینده توسعه‌دهندگان اپلیکیشن (آموزش تخصصی، ارتقای مهارت‌های برنامه‌نویسی موبایل و توسعه کسب و کار دیجیتال برای شهروندان امارات و علاقه‌مندان)	- دوره‌های آنلاین توسعه Android و iOS (همکاری با Udacity) - اعطای گواهینامه تخصصی به شرکت کنندگان - دسترسی به تخفیف‌های مجوزهای تجاری و خدمات راه‌اندازی اپلیکیشن - حمایت مالی

^۱ <https://createapps.ae/en/create-apps-in-dubai>



<ul style="list-style-type: none"> - منتورینگ و شبکه‌سازی با رهبران حوزه دیجیتال - آکادمی ویژه آموزش شهروندان اماراتی برای توسعه حرفه‌ای در حوزه اپلیکیشن‌ها (Emirati Training Academy) - برگزاری مسابقات بزرگ (Create Apps Championship) با هدف شناسایی استعداد‌های برتر و حمایت از ورود اپ‌های جدید به بازار جهانی 	<ul style="list-style-type: none"> - حمایت همه‌جانبه (ارائه دوره‌های تخصصی، کارگاه‌ها، منتورینگ، دسترسی به آزمایشگاه‌های آموزشی و جوایز نمادین برای افراد ممتاز) 	
<ul style="list-style-type: none"> - معرفی نوآوری‌های عمیق و فناوری‌های آینده مانند پانل‌های تخصصی، کارگاه‌ها، سخنرانی‌ها و نمایشگاهی از راهکارهای هوش مصنوعی، فین‌تک، بلاک‌چین - برگزاری مسابقات ارائه (پیچ) و برگزاری برنامه‌های ویژه مانند Supernova^۲ Challenge برای پشتیبانی مالی از ایده‌های خلاق و تطبیق مستقیم استارت‌آپ‌ها با سرمایه‌گذاران بین‌المللی 	<ul style="list-style-type: none"> - بزرگ‌ترین رویداد سالانه جهانی مخصوص استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاران حوزه فناوری - یکی از مهم‌ترین گردهمایی‌های بین‌المللی برای شبکه‌سازی، جذب سرمایه، معرفی نوآوری‌های دیجیتال و تبادل تجربه - ایجاد اکوسیستم استارت‌آپ و سرمایه‌گذار از طریق گردهم‌آوردن کارآفرینان، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، مدیران صنایع، شتاب‌دهنده‌ها و بازیگران اصلی تحول دیجیتال از سراسر جهان - فراهم کردن فرصت‌های شبکه‌سازی، جذب سرمایه و تطبیق مستقیم استارت‌آپ‌ها با سرمایه‌گذاران بین‌المللی 	<p style="text-align: center;">Expand North Star^۱</p>

^۱ <https://www.expandnorthstar.com/supernova-challenge-pitch-competition>

^۲ رقابت بزرگ بین‌المللی ویژه استارت‌آپ‌ها



۶. مطالعه موردی: اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی (کوالالامپور):



۶.۱. پیشینه و روند شکل گیری

مالزی یکی از کشورهایی است که تلاش دارد سهم اقتصاد خود را در حوزه تحول دیجیتال افزایش دهد و در این راستا با تدوین و اجرای سیاست‌ها و طرح‌های مختلف در طول سه دهه گذشته، توانسته به جایگاهی ویژه و قابل قبول در میان کشورهای جنوب شرق آسیا دست یابد. این کشور به اهداف و سیاست‌های اولیه خود در زمینه توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات دست یافته و برنامه‌ریزی نموده است تا از ظرفیت‌های اقتصادی فناوری‌های دیجیتال، از طریق مشارکت و همکاری همه‌جانبه دستگاه‌های دولتی، بخش خصوصی و جامعه علمی کشور نهایت استفاده را ببرد و در این مسیر گام‌های موثری بردارد.

از اهداف بسیار مهم مالزی در حوزه دیجیتال، توسعه اقتصاد دیجیتال و افزایش سهم آن در تولید ناخالص داخلی است. موضوع مهمی که نه تنها در سیاست‌های کلان این کشور، همچون برنامه دوازدهم توسعه (۲۰۲۱-۲۰۲۵) با جدیت مورد تاکید است، بلکه در بیشتر برنامه‌ها و اسناد فناوری اطلاعات و ارتباطات مالزی از قبیل استراتژی ملی تجارت الکترونیک



(۲۰۲۱-۲۰۲۵)^۱، سیاست ملی انقلاب صنعتی چهارم (۲۰۲۱)^۲، سیاست ملی علم، فناوری و نوآوری (۲۰۲۱-۲۰۳۰)^۳ و نقشه راه اقتصاد دیجیتال مالزی (۲۰۲۱-۲۰۳۰)^۴ نیز درج و تاکید شده است.

این هدف اصلی در محورها و اولویت‌های راهبردی، همچون «رشد تجارت الکترونیک»، «پذیرش فناوری‌های صنعت ۴.۰ در فرایندهای تولید»، «تحقیق، توسعه و تجاری‌سازی نوآوری»، «تقویت اکوسیستم علم و فناوری»، «استفاده از پتانسیل فناوری‌های پیشرفته»، «توسعه صنایع مبتنی بر تکنولوژی محلی»، «حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط و رشد پذیرش دیجیتال توسط آن‌ها»، «گسترش آموزش علمی و توسعه استعدادهاى فناوری» و «تقویت همکاری‌های بین‌المللی» منعکس و پیگیری شده است.^۵

در همین راستا اقتصاد دیجیتال یکی از بخش‌های اقتصاد مالزی است که سریع‌ترین و بیشترین رشد را در مالزی دارد. فناوری‌های کلیدی دیجیتال شامل رباتیک، هوش مصنوعی، کلان داده‌ها، اینترنت اشیاء، فناوری ابری، بلاک‌چین، فناوری مالی و امنیت سایبری می‌شوند و برای بهره‌برداری کامل از فرصت‌های دیجیتال در این کشور، دولت مالزی (GOM)، سه رکن اصلی اقدام را از طریق ابتکار ملی راهبردی خود با عنوان **مالزی دیجیتال** ایجاد کرده است:

۱. تسهیل دیجیتالی‌سازی در بخش‌های دولتی و خصوصی؛

۲. توسعه سرمایه انسانی دیجیتال کشور؛

۳. ترویج فرصت‌های تجارت دیجیتال؛

این ابتکار دولت همچنین به‌عنوان محرکی برای شتاب‌دهی رشد اکوسیستم دیجیتال کشور و پیشبرد پذیرش و بهره‌گیری از فرصت‌های اقتصاد دیجیتال به‌منظور حمایت از برنامه ملی بهبود اقتصادی تنظیم شده است.

^۱ Malaysia's National E-Commerce Strategic Roadmap (NESR)- Malaysia

^۲ National Fourth Industrial Revolution (۴IR) Policy – Malaysia

^۳ National Science, Technology and Innovation Policy (NSTIP) ۲۰۲۱-۲۰۳۰ – Malaysia

^۴ Malaysia Digital Economy Blueprint (۲۰۲۱-۲۰۳۰)

^۵ <https://zaviehmag.ir/articles/%D9%A5%D8%A7%D9%A4%D8%B2%DB%8C%D8%9B-%DA%A9%D8%B4%D9%A8%D8%B1%DB%8C-%D9%A5%D9%A8%D9%A1%D9%A2-%D8%AF%D8%B1-%D8%AA%D9%A8%D8%B3%D8%B9%D9%A7-%D8%A7%D9%A2%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%AF%DB%8C%D8%AC%DB%8C/>



راهبرد ملی حوزه دیجیتال مالزی بر ۹ بخش کلیدی متمرکز است (تجارت، کشاورزی، خدمات، شهرهای هوشمند، بهداشت و درمان، مالی، محتوای دیجیتال، گردشگری و اقتصاد دیجیتال اسلامی) که با توجه به پتانسیل رشد بالا، فرصت و اهمیت ویژه‌ای در پیشبرد تحول بعدی مالزی به سمت اقتصاد دیجیتال دارند.^۱

حرکت مالزی به سمت اقتصاد دیجیتال با راه‌اندازی ^۲ Multimedia Super Corridor (MSC)، در سال ۱۹۹۶ آغاز شد و مطابق با آن، شرکت‌های دارای MSC status از مشوق‌هایی مثل معافیت‌های مالیاتی، حمایت‌های دولتی، تسهیلات سرمایه‌گذاری خارجی و دسترسی به زیرساخت‌های دیجیتال پیشرفته برخوردار بودند.^۳

بر اساس نتایج یکی از گزارشات موسسه ASEAN، پیش‌بینی‌های سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی مالزی در سال ۲۰۲۱، حدود ۲۲.۶ درصد بوده و پیش‌بینی شده بوده است تا سال ۲۰۲۵ به ۲۵.۵ درصد برسد.^۴

اما اقتصاد دیجیتال مالزی دارای نقاط قوت و ضعف نیز بوده است و نیازمند اصلاح و تقویت می‌باشد.

جدول ۵ - نقاط قوت و ضعف اقتصاد دیجیتال مالزی

نقاط ضعف	نقاط قوت
کمبود استعداد و مهارت	آموزش و تربیت نیروی انسانی
کاربر بودن فناوری دیجیتال (نه پیش‌تاز)	چارچوب فناورانه
شکاف دیجیتالی	صنعت

کشور مالزی در خصوص وضعیت آموزش در حوزه دیجیتال و تربیت نیروی انسانی در این حوزه متمایز است و در رتبه دهم جهان از نظر آموزش و تربیت نیروی انسانی دیجیتال قرار دارد. مالزی توانسته است برنامه‌های آموزشی، دانشگاهی و مهارتی نسبتاً موفقی برای پرورش متخصصان حوزه فناوری‌های نوین و دیجیتال فراهم کند. این سرمایه انسانی نقش مهمی در پذیرش فناوری‌های جدید، پشتیبانی از کسب و کارهای دیجیتال و توسعه اکوسیستم نوآوری دارد.

^۱ https://www.trade.gov/market-intelligence/malaysia-digital-economy-0?utm_source=chatgpt.com

^۲ "دالان ابرچندرسانه‌ای مالزی" یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های ملی مالزی در دهه ۱۹۹۰ که با هدف تبدیل این کشور به قطب فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی راه‌اندازی شد.

^۳ https://www.eria.org/uploads/0_ch_0-Malaysia.pdf?utm_source=chatgpt.com

^۴ https://www.eria.org/uploads/0_ch_0-Malaysia.pdf?utm_source=chatgpt.com



اما منظور از «کمبود استعداد و مهارت»، این است که مالزی به اندازه کافی نیروی انسانی ماهر و متخصص در حوزه فناوری‌های دیجیتال و نوآوری ندارد و این کمبود یکی از موانع اصلی توسعه اقتصاد دیجیتال این کشور محسوب می‌شود. این کمبود شامل کم بودن کارشناسان فناوری اطلاعات، برنامه‌نویسان، طراحان نرم‌افزار، تحلیل‌گران داده، متخصصان هوش مصنوعی و سایر حوزه‌های پیشرفته دیجیتال است که باعث شده رقابت‌پذیری و تولید فناوری در مالزی نسبت به کشورهای پیشتاز کمتر باشد.

چارچوب فناورانه مالزی (رتبه ۱۶ جهانی) شامل زیرساخت‌های ارتباطی، فناوری اطلاعات، اینترنت پهن‌بند و دسترسی به ابزارهای دیجیتال است و شرایط مناسبی برای گسترش اقتصاد دیجیتال و ایجاد محیطی رقابتی و نوآور فراهم کرده است. این چارچوب به شرکت‌ها و کارآفرینان اجازه داده فرآیندهای دیجیتال را با سرعت و کیفیت مناسب پیاده‌سازی کنند؛ اما مالزی تنها کاربر فناوری دیجیتال است و عمدتاً از فناوری‌ها و نوآوری‌های دیجیتال دیگر کشورها استفاده می‌کند و نقش پیشرو یا تولیدکننده فناوری را ندارد و بیشتر به عنوان مصرف‌کننده شناخته می‌شود تا عرضه‌کننده فناوری‌های نوین. به عبارت دیگر، مالزی محصولات، نرم‌افزارها و راهکارهای دیجیتال را به کار می‌گیرد ولی سهم اساسی در توسعه یا اختراع فناوری‌های پیشرفته ندارد.

در حوزه دسترسی و استفاده از فناوری دیجیتال در توسعه مالزی، می‌توان گفت بخش صنعت مالزی، به‌ویژه صنایع مرتبط با فناوری، مالی و تولیدی، ظرفیت بالایی برای جذب نوآوری، سرمایه‌گذاری و رشد در حوزه دیجیتال دارند و این نقطه قوت به توسعه کسب‌وکارهای فناورانه، مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در اقتصاد دیجیتال کمک کرده است؛ اما در دسترسی و استفاده از فناوری‌های دیجیتال میان گروه‌های مختلف در مالزی تفاوت و نابرابری وجود دارد. این شکاف هم در سطح جغرافیایی (بین ایالت‌ها و مناطق شهری و روستایی)، هم بین گروه‌های سنی (جوانان و سالمندان) و هم بین طبقات درآمدی وجود دارد و باعث می‌شود برخی از جمعیت کشور به زیرساخت‌ها، آموزش یا خدمات دیجیتال دسترسی کمتری داشته باشند، این شکاف دیجیتالی نه تنها مانع پذیرش یکپارچه اقتصاد دیجیتال می‌شود بلکه منجر به تفاوت در آمادگی فناورانه، سطح مهارت و بهره‌مندی از منافع توسعه دیجیتال در جامعه مالزی شده است.^۱

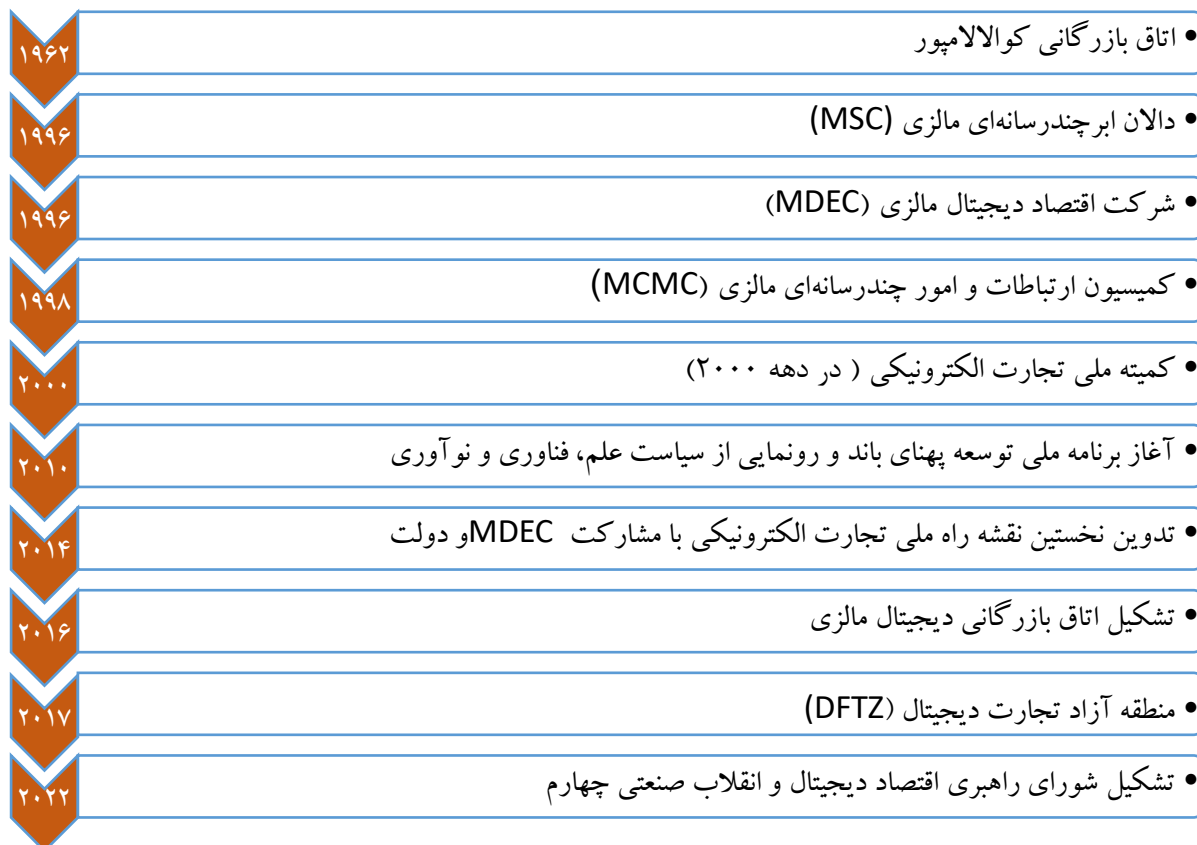
با ادامه تقویت اکوسیستم دیجیتال مالزی، دولت این کشور نیازمند همکاری با ارائه‌دهندگان و شرکای بین‌المللی فناوری شد و اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی در امتداد این تحولات، برای ایجاد انسجام میان بخش دولتی و خصوصی و

^۱ https://www.eria.org/uploads/5_ch_5-Malaysia.pdf?utm_source=chatgpt.com



فراهم آوری بستری رقابتی و نوآورانه در حوزه تجارت دیجیتال شکل گرفت. در حقیقت **اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی**^۱، برای نمایندگی از جامعه کسب و کار در عصر دیجیتال و انقلاب صنعتی چهارم تأسیس شده است.

شکل ۵- مسیر زمانی شکل گیری نهادهای فعال در حوزه دیجیتال در مالزی

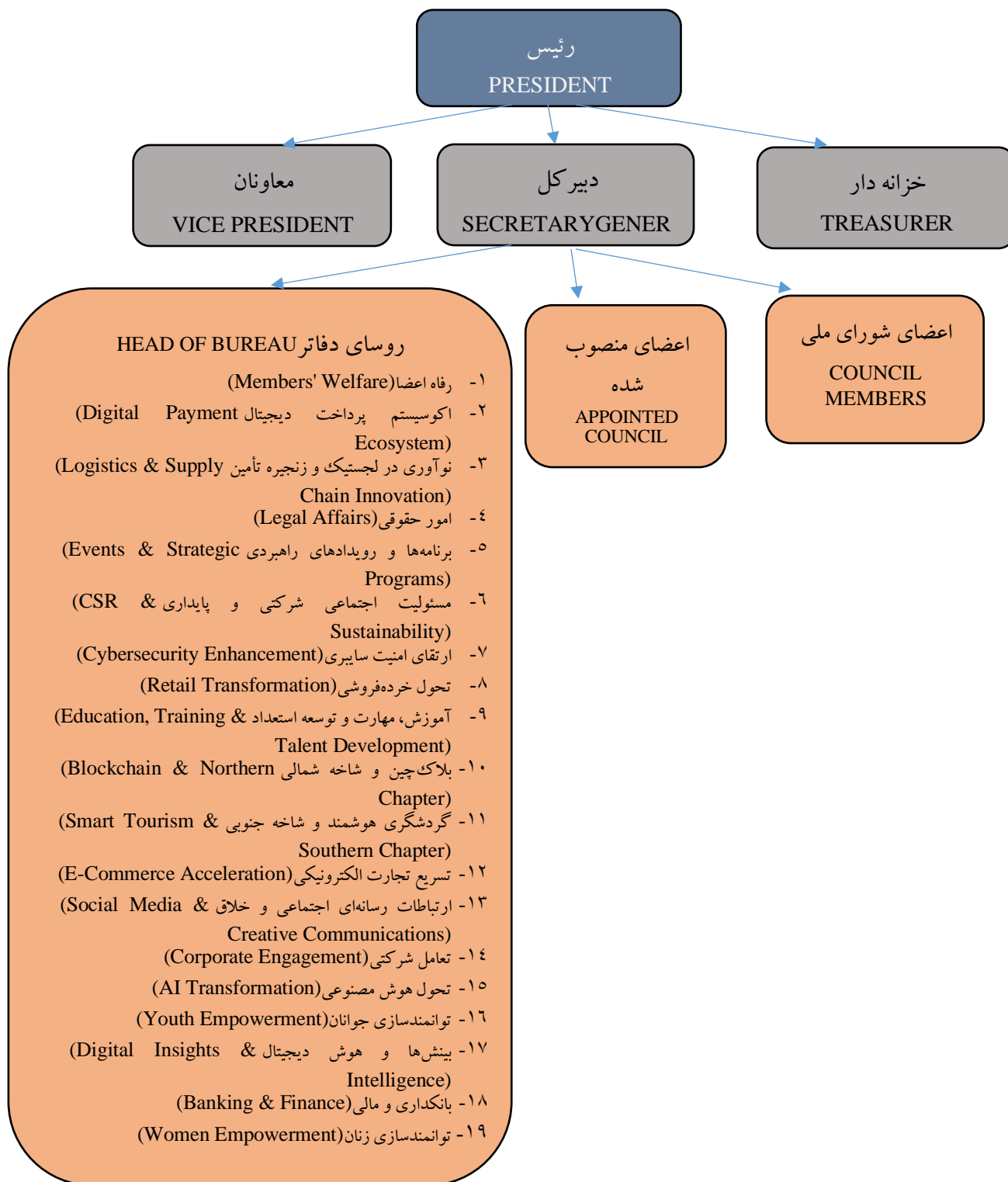


^۱ Malaysia Digital Chamber of Commerce / MDCC



۶,۲. ساختار^۱

شکل ۵- چارت ساختاری اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی



^۱ <https://mdcc.org.my/council-members-and-head-of-bureau>



وظایف تیم اجرایی اتاق دیجیتال مالزی شامل مدیریت، توسعه و حمایت از اکوسیستم دیجیتال کسب و کار و نوآوری می‌باشد و این وظایف به صورت تخصصی توسط اعضای هیئت اجرایی و مسئولان هر بخش برگزار می‌شود.

بخش مدیریت و راهبری کلان، مسئولیت تدوین و اجرای استراتژی‌های کلان برای رشد اقتصاد دیجیتال و تسهیل تعاملات با صنعت، دولت و بازیگران جهانی و هدایت نشست‌ها و رویدادهای استراتژیک برای هم‌افزایی با نهادها و سازمان‌های عضو و نمایندگان بخش خصوصی را به عهده دارد.

روسای دفاتر، وظیفه برنامه‌ریزی و راهبری تخصصی در حوزه‌های مختلف اقتصاد دیجیتال را بر عهده دارند. هر دفتر با هدفی مشخص فعالیت می‌کند و رئیس آن، ابتکار عمل و مدیریت اجرای پروژه‌های حوزه تخصصی خود را دنبال می‌نماید، در حقیقت هر دفتر باید در راستای چهار رویکرد مهم برنامه‌ریزی و فعالیت نماید:

۱- تدوین خط‌مشی و راهبرد تخصصی

- طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های عملیاتی مرتبط با حوزه تخصصی دفتر (مانند پرداخت دیجیتال، امنیت سایبری، آموزش، لجستیک، تحول خرده‌فروشی و غیره)؛

۲- توسعه و ارتقاء اکوسیستم تخصصی

- ایجاد و توسعه شبکه تخصصی اعضا و فعالان حرفه‌ای حوزه مربوطه؛
- سازمان‌دهی رویدادها، نشست‌ها، دوره‌های آموزشی و ابتکارات برای رشد اکوسیستم تخصصی دفاتر؛

۳- مشاوره و پشتیبانی به اعضا و کسب‌وکارها

- ارائه خدمات مشاوره تخصصی به اعضا درباره قوانین، تامین مالی، مدل‌های رشد و چالش‌های حوزه مربوطه؛
- پشتیبانی از پروژه‌های نوآورانه، تعریف برنامه‌های همکاری و شراکت با سایر دفاتر و نهادهای داخلی و خارجی؛

۴- هدایت و نظارت بر پروژه‌ها

- مدیریت اجرای پروژه‌های تخصصی و نظارت بر تحقق اهداف تعیین شده برای دفتر مربوطه؛
- پایش پیشرفت و ارزیابی خروجی‌ها و اثرگذاری فعالیت‌ها در راستای اهداف اتاق دیجیتال مالزی؛

بنابراین هر مسئول دفتر، به عنوان مدیر حوزه تخصصی خود، عامل اجرایی و تسهیل‌گر سیاست‌های اتاق برای رشد، نوآوری و توسعه اقتصاد دیجیتال در مالزی است.^۱

^۱ <https://mdcc.org.my/council-members-and-head-of-bureau>



۶.۳. وظایف و اختیارات

هدف اصلی اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی، توانمندسازی اکوسیستم کسب و کار دیجیتال از طریق برقراری ارتباط میان بخش خصوصی، دولت و نیروهای نوآور است. این اتاق با حمایت از پذیرش فناوری در بخش‌های مختلف، تشویق به نوآوری و تهیه امکانات تجارت الکترونیک، نقشی مهم و محوری در تحول اقتصاد دیجیتال مالزی ایفا می‌نماید و در قالب راهبرد کلان دولت، مالزی را به عنوان "قلب دیجیتال آسه آن (ASEAN)" معرفی می‌کند.^۲

در سایت اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی، موضوع مأموریت اتاق به این شکل مطرح شده است: مأموریت ما ارتقاء پذیرش و استفاده از دارایی‌ها و فناوری‌های مرتبط با تجارت دیجیتال، از طریق آموزش، حمایت و همکاری نزدیک با قانون‌گذاران، نهادهای نظارتی و صنعت است و هدف ما ایجاد یک محیط قانونی حمایت‌کننده از رشد است که نوآوری، اشتغال و سرمایه‌گذاری را تقویت نماید.

ما تلاش می‌کنیم به خرده‌فروشان کمک کنیم تا در مسیر انتقال از فروشگاه‌های حضوری به فروشگاه‌های آنلاین گام بردارند، در حالی که امکان حفظ حضور حضوری خود را نیز داشته باشند.^۳

از نظر اتاق بازرگانی مالزی، **تجارت دیجیتال** به معنای خرید و فروش الکترونیکی کالاها می‌باشد که معمولاً با اصطلاح **تجارت الکترونیکی (eCommerce)** شناخته می‌شود، اما مفهوم آن فراتر از این است. امروزه فناوری تأثیر عظیمی بر زندگی ما دارد و ما با این واقعیت روبه‌رو هستیم که بخش بزرگی از اقتصاد بازار به صورت الکترونیکی انجام می‌شود. اینترنت اکنون به ما این امکان را می‌دهد که مجموعه گسترده‌ای از محصولات مانند **مواد غذایی، اسباب‌بازی‌ها، پوشاک، خودرو، غذا و غیره** را به صورت غیرحضوری خریداری کنیم. بر همین اساس، در اتاق دیجیتال مالزی، تجارت دیجیتال در چهار حوزه دسته‌بندی شده است:

۱. خرید آنلاین

۲. فروش آنلاین

۳. اشتراک‌های رسانه‌ای

^۱ سازمان آسه آن (ASEAN) با نام کامل Association of Southeast Asian Nations یا «اتحادیه کشورهای جنوب شرق آسیا»، یک اتحادیه منطقه‌ای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است که در تاریخ ۸ اوت ۱۹۶۷ با هدف تقویت رشد اقتصادی، توسعه اجتماعی و پیشرفت فرهنگی در منطقه جنوب شرق آسیا از طریق همکاری‌های مشترک و ترویج صلح و امنیت منطقه‌ای، حل و فصل مسألت‌آمیز اختلافات و عدم مداخله در امور داخلی اعضا، تشکیل شد.

^۲ <https://www.mida.gov.my/malaysias-journey-in-the-digital-age/>

^۳ <https://mdcc.org.my/>



۴. خرید و فروش محصولات مجازی^۱

این اتاق بر فراهم کردن فرصت‌های شبکه‌سازی کسب‌وکار برای اعضا، هم در سطح محلی و هم منطقه‌ای، تمرکز دارد تا کسب‌وکارهای آن‌ها را بهبود بخشد. همچنین، آموزش‌هایی ارائه می‌دهد که به اعضا کمک می‌کند از مزایای فناوری در کسب‌وکار، حرفه و زندگی شخصی بهره‌مند شوند.

همچنین MDCC اعضای خود را در چهار دسته‌بندی زیر طبقه‌بندی می‌کند:

۱. اعضای فعال در حوزه فناوری (Members in Technology)، ۹۹ درصد کل اعضای اتاق بازرگانی دیجیتال را شامل می‌شوند.

۲. کارآفرینان اینترنتی (Netpreneur)، ۹۰ درصد کل اعضای اتاق بازرگانی دیجیتال را شامل می‌شوند.

۳. کارآفرینان فناوری (Technopreneur)، ۷۵ درصد کل اعضای اتاق بازرگانی دیجیتال را شامل می‌شوند.

۴. جوانان و تجارت الکترونیکی (Youth & eCommerce)، ۶۰ درصد کل اعضای اتاق بازرگانی دیجیتال را شامل می‌شوند.^۲

تمرکز اصلی اتاق بر ایجاد فرصت‌های شبکه‌سازی حرفه‌ای در سطح ملی و منطقه‌ای برای اعضای این اتاق است تا رشد کسب‌وکار تسهیل شود و در این راستا دوره‌های آموزشی و کارگاهی تخصصی برای بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در کسب‌وکار دیجیتال ارائه می‌نماید. همچنین خدمات مشاوره و پشتیبانی برای توسعه تجارت الکترونیکی، رسانه‌های دیجیتال و فعالیت‌های مرتبط فراهم می‌نماید.

^۱ https://mdcc.org.my/about-us?utm_source=chatgpt.com

^۲ https://mdcc.org.my/about-us?utm_source=chatgpt.com



اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی، مسیری هفتگانه را برای تحقق اهداف خود طراحی کرده و در این مسیر گام برمی‌دارد.^۱

جدول ۶ - مسیر اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی برای تحقق اهداف خود

مسیرهای اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی برای تحقق اهداف	
<p>دسترسی و زیرساخت</p> <p>فراهم کردن دسترسی مردم به اینترنت و ارتقای سواد دیجیتال آن‌ها</p>	
<p>حاکمیت و حقوق شهروندی</p> <p>افزایش آگاهی مردم درباره حقوق و مزایایشان و دادن توانایی به آن‌ها برای مطالبه حکومت بهتر، ارائه بهتر خدمات دولتی و حفاظت از حقوق اساسی بشر با استفاده از سواد دیجیتال و ابزارهای تجارت الکترونیک</p>	
<p>توانمندسازی از طریق آموزش</p> <p>فراهم کردن امکان دسترسی مردم به فرصت‌های بهتر در حوزه سلامت، آموزش، مهارت و معیشت با بهره‌گیری از سواد دیجیتال و ابزارهای تجارت الکترونیک</p>	
<p>بخش اجتماعی و سازمان‌های جامعه مدنی</p> <p>توانمندسازی سازمان‌های جامعه مدنی در سطح پایه که در بخش توسعه فعالیت می‌کنند، با حضور آنلاین و سواد دیجیتال و تضمین حفاظت دیجیتال از فرهنگ، میراث، محیط‌زیست و منابع طبیعی مردم</p>	
<p>بازارها و کسب و کار</p> <p>توانمندسازی دیجیتال کسب و کارهای خرد و جوامع، با آموزش برای استفاده از ابزارهای دیجیتال و فراهم کردن دسترسی آن‌ها به بازارهای جدید از طریق حضور در وب‌سایت و تجارت الکترونیک</p>	
<p>مرکز دانش و پایگاه داده</p> <p>ایجاد شبکه‌ای از فعالان دیجیتال و پایگاه داده‌ای از نوآوری‌ها و مداخلات مؤثر فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه، به‌طوری که این نوآوری‌ها و مداخلات قابل گسترش باشند و همکاری‌ها برای استفاده از آن‌ها مطابق نیازهای خاص توسعه اجتماعی - اقتصادی شکل گیرد</p>	
<p>حمایت و پژوهش</p> <p>فعالیت‌های حمایتی و مدنی برای تضمین دسترسی همگان به اینترنت به‌عنوان یک حق اساسی بشر و استفاده گسترده‌تر از فناوری اطلاعات و ابزارهای دیجیتال برای توسعه</p>	

^۱ <https://mdcc.org.my/Seven-Fold Path>



۶،۴. فعالیت‌های انجام شده و اثرات آنها

اتاق دیجیتال مالزی، مجموعه‌ای از فعالیت‌های تخصصی را در جهت ارتقاء اکوسیستم اقتصاد دیجیتال اجرا کرده که آثار قابل توجهی بر تحول دیجیتال ملی و منطقه‌ای برجای گذاشته است.^۱

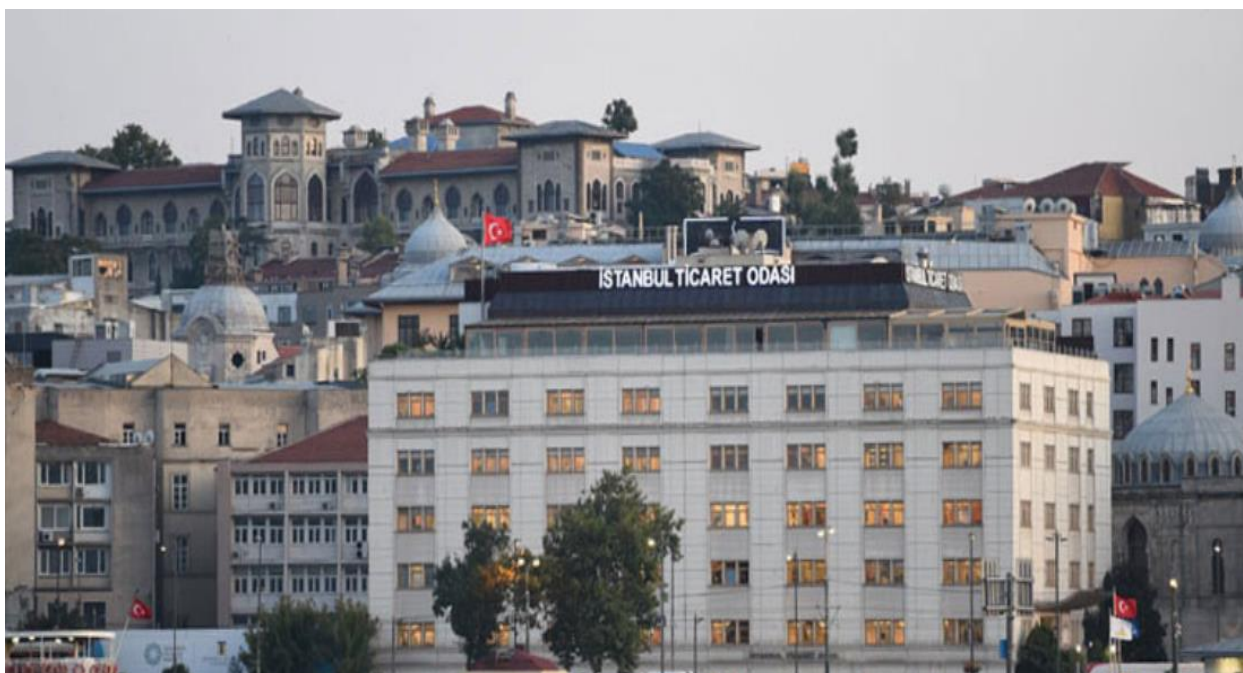
جدول ۷- اقدامات انجام شده در اتاق بازرگانی دیجیتال مالزی

ردیف	فعالیت	سال	اثر و نتیجه
۱	بازسازی و به‌روزرسانی پروژه MSC	۲۰۲۱-۲۰۲۲	افزایش مشارکت و دسترسی عادلانه به ابزارهای دیجیتال
۲	اجرای طرح زیرساخت اینترنت ملی	۲۰۲۲-۲۰۲۳	رشد مراکز داده و تبدیل مالزی به قطب داده منطقه‌ای
۳	آغاز همکاری با مایکروسافت (ایجاد دیتاستر)	۲۰۲۲	ایجاد نخستین دیتاستر، ارتقاء خدمات ابری، ارتقاء سرمایه انسانی
۴	تدوین Malaysia Digital Economy Blueprint (MyDigital)	۲۰۲۱	راهبری جامع توسعه اقتصاد دیجیتال و ارتقای سرمایه‌گذاری
۵	تخصیص بودجه و مشوق دیجیتال برای SME ها	۲۰۲۰	جذب کسب‌وکارهای کوچک به فضای دیجیتال و تحول سریع
۶	راه‌اندازی دفاتر تخصصی و شبکه‌سازی	۲۰۲۳-۲۰۲۴	تقویت اکوسیستم تجارت دیجیتال و کاهش فاصله فناوری
۷	برگزاری بیش از ۸۴ رویداد تخصصی	۲۰۲۳-۲۰۲۴	افزایش همکاری، آموزش و رشد توان فناوریانه صنعت ملی
۸	ارتقاء امنیت سایبری و هوش مصنوعی ^۲	۲۰۲۱-۲۰۲۴	افزایش تاب‌آوری و اعتماد فضای دیجیتال و پایداری اقتصاد

^۱ <https://mdcc.org.my/>

^۲ هوش مصنوعی (AI) شاخه‌ای از علوم رایانه است که هدف آن طراحی سیستم‌ها و الگوریتم‌هایی است که توانایی یادگیری، استدلال، تصمیم‌گیری و حل مسئله مشابه انسان را داشته باشند. به بیان دیگر، AI تلاش می‌کند ماشین‌ها را قادر سازد تا رفتارهای هوشمندانه از خود نشان دهند.

۷. مطالعه موردی: اتاق بازرگانی دیجیتال استانبول



۷,۱. پیشینه و روند شکل گیری

دولت عثمانی در قرن نوزدهم (۱۸۷۶ میلادی) به منظور ایجاد نظم و تحکیم ساختار تجاری خود شورای تجارت و کشاورزی^۱ را با هدف گردهم آوردن نمایندگان بخش صنعت در یک نهاد واحد، تاسیس کرد که تأثیرات بسیار زیادی در رونق اقتصادی آن زمان ترکیه داشت. سپس در سال ۱۸۷۹ محمد سعید پاشا (صدر اعظم ترکیه)، شروع به انجام اقداماتی برای تأسیس اصناف تجاری، صنعتی و کشاورزی کرد که نهایتاً در سال ۱۸۸۲ میلادی منجر به ایجاد اتاق بازرگانی استانبول (ITO)^۲، به عنوان نهادی مجزا برای نظارت و ساماندهی معاملات تجاری اشخاص و مؤسسات بازرگانی در حال فعالیت در استانبول شد.

این اتاق در طول زمان از نظر ساختاری و عملکردی تکمیل و به روز شد و در حال حاضر به یکی از مهمترین ارکان تأثیرگذار در بهبود وضعیت اقتصادی و پیشبرد اهداف حوزه کسب و کار ترکیه و استانبول تبدیل شده است.

تعدادی از پروژه های مهم اتاق بازرگانی استانبول در حوزه های مختلف به شرح ذیل بوده اند:

- آموزش: ایجاد مدرسه و مراکز آموزشی برای کودکان و بزرگسالان در حوزه های مختلف کسب و کار؛

^۱ Trade and Agricultural Council

^۲ Istanbul Ticaret Odası



- ایجاد تکنوپارک – ITO-SSM (۲۰۱۰)^۱: با تاکید بر فعالیت در حوزه‌های فناوری پیشرفته شامل دفاع، فضا و هوانوردی، زیست فناوری، نانوفناوری و فناوری‌های دریایی؛
- دوره‌های آموزش فنی و حرفه‌ای – ÖZİMEK (۲۰۰۷)^۲: با هدف حفظ، افزایش و توسعه اشتغال، کمک به کاهش بیکاری از طریق بهره‌گیری از مدارس و مؤسسات آموزش فنی و حرفه‌ای و همچنین ارائه آموزش‌های تخصصی برای توسعه شغلی، تغییر حرفه و آموزش کارکنان شاغل یا افراد آماده ورود به بازار کار، تا بتوانند متناسب با فناوری‌ها و تحولات جدید به کار پردازند؛
- پروژه e-ICOC (۲۰۰۶)^۳: با هدف ایجاد امکان انجام آنلاین تمامی مراحل مربوط به اتاق بازرگانی، از جمله ثبت اختراعات، بایگانی، مدارک و فرم‌ها و کاهش بوروکراسی داخلی؛
- فرمول یک (پیست استانبول) – Formula 1 Grand Prix (۲۰۰۵): این نهاد با همکاری شهرداری و نهادهای مرتبط شروع به فعالیت کرد و سپس به بخش خصوصی واگذاری شد؛
- توسعه خلیج فارس – (۲۰۱۰)^۴: به منظور بهره‌برداری از تجمع سرمایه ناشی از افزایش تولید نفت در منطقه خلیج فارس آغاز شد.^۵

فرایند تحول دیجیتال ترکیه با اجرای سیاست‌های جامعه اطلاعاتی از اواخر دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و در سال ۲۰۱۸ با توجه به نگاه ویژه دولت به اقتصاد دیجیتال، این موضوع با سرعت بیشتری رشد پیدا کرد و دفتر تحول دیجیتال زیر نظر رئیس‌جمهور این کشور تاسیس و چشم‌انداز «ترکیه دیجیتال» تعریف شد. «ترکیه دیجیتال» چشم‌انداز وسیع سیاسی و اقتصادی است که ضرورت تحقق دروازه دولت الکترونیک، پذیرش فناوری‌های نوظهور و تحول فناورانه فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و عمومی همه سازمان‌های دولتی و خصوصی این کشور را به منظور افزایش بهره‌وری و رفاه اجتماعی، رشد و استقلال اقتصادی و تامین امنیت ملی یادآور می‌شود.

در یک نگاه کلی اقدامات قابل توجه کشور ترکیه در این زمینه و مطابق با اهداف سیاستی این کشور موارد زیر را شامل می‌شود:

^۱Teknopark Istanbul Project (İstanbul Ticaret Odası - Savunma Sanayii Müsteşarlığı)

<https://www.teknoparkistanbul.com.tr/en>

^۲ Mesleki ve Teknik Eğitim Kursları / Vocational and Technical Training Courses

^۳ Electronic Istanbul Chamber of Commerce- <https://www.ito.org.tr/en>

^۴ Persian Gulf Development

^۵ https://en.wikipedia.org/wiki/Istanbul_Chamber_of_Commerce#cite_note-۱



- توسعه استراتژی‌های ملی تحول دیجیتال؛
- تحقق دروازه دولت الکترونیک و تحول فناورانه فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و عمومی همه سازمان‌ها؛
- توسعه زیرساخت پهنای باند و دیگر فناوری‌های مورد نیاز؛
- تنظیم اکوسیستم دیجیتال، حمایت از نوآوری‌ها و بازار فناوری؛
- افزایش سرمایه‌گذاری‌های ملی، جذب سرمایه خارجی و خطرپذیر در حوزه‌های مختلف تحول دیجیتال؛
- سامان‌دهی و تامین بودجه مورد نیاز تحقیق و توسعه؛
- استقلال و تامین داخلی زیرساخت‌ها، سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای مورد نیاز؛
- پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوظهور از جمله خدمات ابری، بلاک‌چین، زیرساخت‌های داده، فناوری‌های حسگر، اینترنت اشیا (IoT)، هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و ذخیره‌سازی انرژی در بخش‌های مختلف؛
- ارتقای امنیت سایبری و حفاظت از زیرساخت‌های دیجیتال حیاتی در برابر تهدیدها؛
- گسترش مهارت‌ها و سواد دیجیتال شهروندان؛
- و گسترش همکاری‌ها و توافقنامه‌های بین‌المللی؛^۱

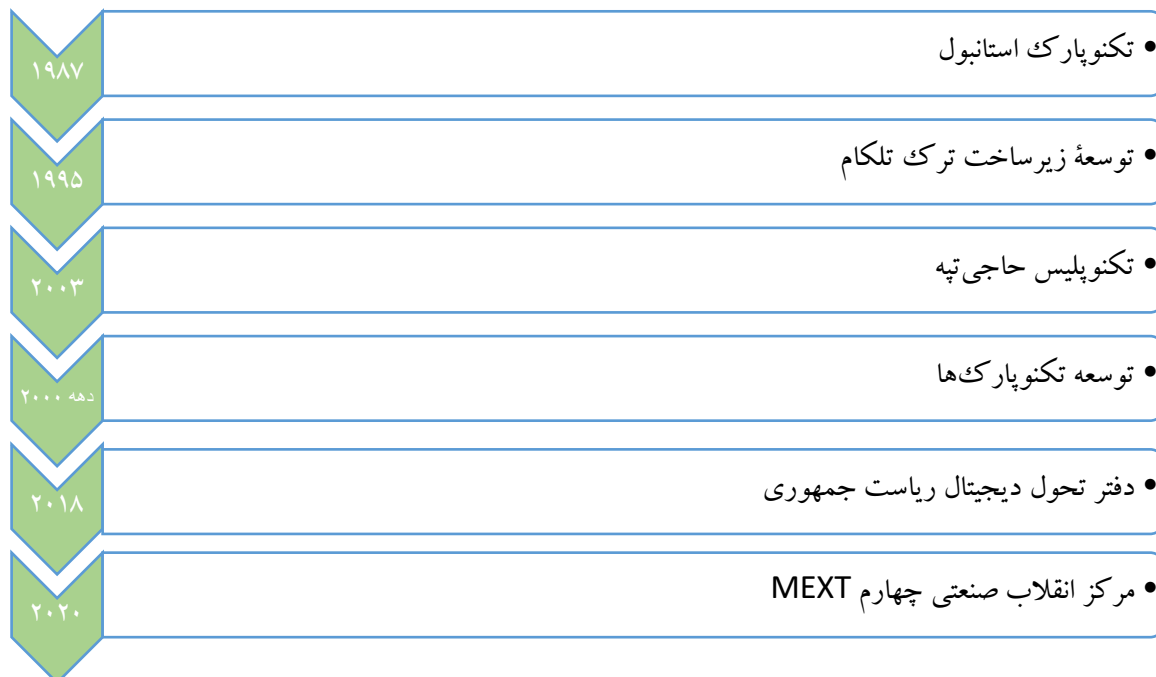
استانبول در اقتصاد دیجیتال سال ۲۰۲۵ جایگاهی بسیار پویا و رو به رشد دارد و به عنوان قطب اصلی فناوری و نوآوری ترکیه عمل می‌کند.

ترکیه با ایجاد مراکز رشد و توسعه دیجیتال ترکیه توانست در این خصوص گامی بلند و موثر بردارد. اتاق بازرگانی استانبول نیز با تدوین برنامه‌ها و اجرای پروژه‌های مختلف در راستای توسعه فناوری‌های دیجیتال در صنایع اقدام کرده است.

^۱ <https://zaviehmag.ir/articles/%D8%AA%D8%B1%DA%A9%DB%AC%D9%87-%D8%AF%D8%B1-%D9%85%D8%B3%DB%AC%D8%B1-%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%AF%DB%AC%D8%AC%DB%AC%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%9B-%D9%85%D8%B1%D9%88%D8%B1%DB%AC-%D8%A8%D8%B1-%D8%B3%DB%AC/>



شکل ۶- مسیر زمانی شکل گیری نهادهای فعال در حوزه دیجیتال در ترکیه^۱



این مراکز، با تاثیرگذاری بر زیرساخت‌های داده، آموزش، اشتغال، نوآوری و سرمایه‌گذاری، سهم مهمی در رشد فضای دیجیتال و رقابت‌پذیری منطقه‌ای اقتصاد ترکیه دارند.

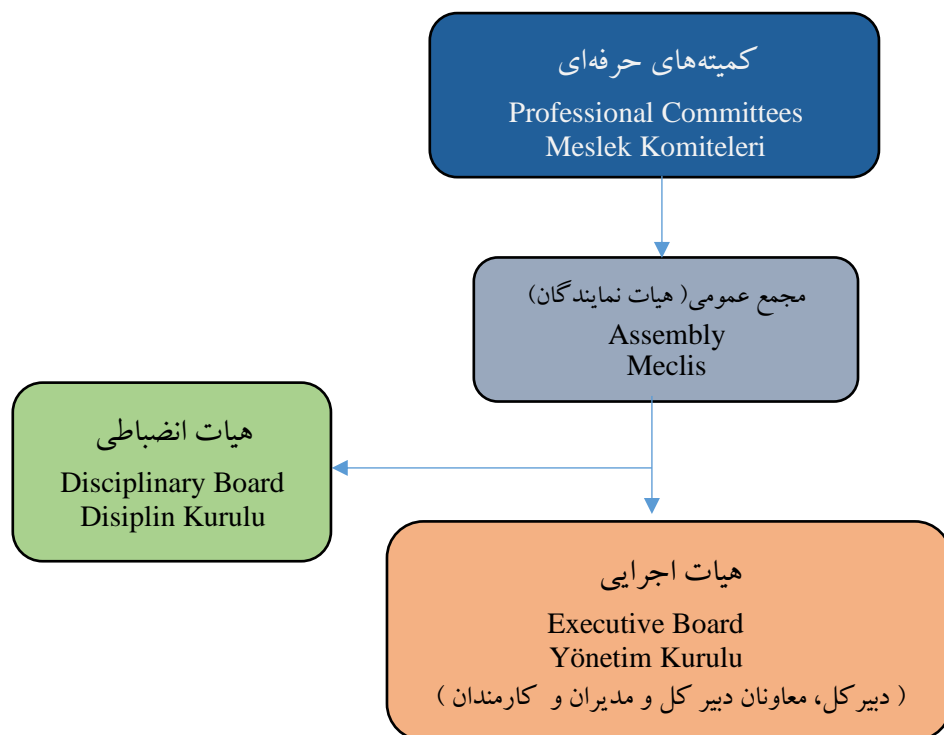
اتاق بازرگانی استانبول نیز متأثر از این تغییر و تحولات و سیاست‌های کلان کشور ترکیه در حوزه دیجیتالی شدن، اقدام به ارائه آموزشها و اجرای برنامه‌های مختلف در خصوص آشنایی صنایع مختلف با حوزه دیجیتال کرده است.

^۱ <https://www.iscanews.ir/news/۱۲۰۰۷۰۹/%D۹%۸۵%D۸%B۹%D۸%B۱%D۹%۸۱%DB%۸C-%D۹%۸۵%D۹%۸۷%D۹%۸۵-%D۸%AA%D۸%B۱%DB%۸C%D۹%۸۶-%D۹%۸۵%D۸%B۱%D۸%A۷%DA%A۹%D۸%B۲-%D۹%۸۱%D۹%۸۶%D۸%A۷%D۹%۸۸%D۸%B۱%DB%۸C-%D۸%AA%D۸%B۱%DA%A۹%DB%۸C%D۹%۸۷>



۷,۲. ساختار

شکل ۷- چارت ساختاری اتاق بازرگانی استانبول



مطابق قانون شماره ۵۱۷۴ مربوط به اتاق‌های بازرگانی ترکیه، کمیته‌های حرفه‌ای وظیفه تحلیل، بررسی و هدایت سیاست‌ها و نیازهای تخصصی بخش‌های مختلف اقتصادی و صنعتی را بر عهده دارند.^۱

از جمله مهمترین وظایف این کمیته‌ها می‌توان به موضوعاتی همچون موارد ذیل اشاره کرد.

- بررسی و شناسایی مشکلات صنفی و تخصصی اعضا: دریافت پیشنهادها، جمع‌آوری چالش‌ها و انتقال آن‌ها به هیأت اجرایی برای تصمیم‌گیری یا رایزنی با نهادهای بالا.

^۱ [https://ahmetfarukaltindas.com/fa/ito-%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%82-](https://ahmetfarukaltindas.com/fa/ito-%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%B1%DA%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%D8%A8%D9%88%D9%84-%D8%AA%D8%A7%D8%B3%DB%8C%D8%B3-%D8%04%08%01%00%09%08%00-%09%85%08%00/)

[%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%B1%DA%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C-](https://ahmetfarukaltindas.com/fa/ito-%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%B1%DA%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%D8%A8%D9%88%D9%84-%D8%AA%D8%A7%D8%B3%DB%8C%D8%B3-%D8%04%08%01%00%09%08%00-%09%85%08%00/)

[%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%D8%A8%D9%88%D9%84-%D8%AA%D8%A7%D8%B3%DB%8C%D8%B3-](https://ahmetfarukaltindas.com/fa/ito-%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%B1%DA%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%D8%A8%D9%88%D9%84-%D8%AA%D8%A7%D8%B3%DB%8C%D8%B3-%D8%04%08%01%00%09%08%00-%09%85%08%00/)

[https://www.altso.org.tr/en/odamiz-hakkinda/oda-teskilati-](https://ahmetfarukaltindas.com/fa/ito-%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%B1%DA%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%D8%A8%D9%88%D9%84-%D8%AA%D8%A7%D8%B3%DB%8C%D8%B3-%D8%04%08%01%00%09%08%00-%09%85%08%00/)

[ve-gorevleri/?utm_source=chatgpt.com](https://ahmetfarukaltindas.com/fa/ito-%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%82-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%B1%DA%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86%D8%A8%D9%88%D9%84-%D8%AA%D8%A7%D8%B3%DB%8C%D8%B3-%D8%04%08%01%00%09%08%00-%09%85%08%00/)



- ارائه مشاوره‌های تخصصی به مدیریت اتاق: تهیه گزارش تخصصی، ارائه راهکارهای عملی و پیشنهاد بهبود فرایندها یا مقررات مرتبط با حوزه فعالیت خود.
 - برگزاری جلسات تخصصی و کارگاه‌ها: آموزش، انتقال تجربیات و بسترسازی برای به‌روزرسانی دانش حرفه‌ای اعضا.
 - پیگیری تغییرات فناوری و روندهای بازار: تحلیل تحولات جدید (به‌ویژه در حوزه دیجیتال) و اطلاع‌رسانی و توانمندسازی اعضا جهت سازگاری با تغییرات نوین.
 - حمایت از رشد و توسعه کسب و کارها و صادرات: ایجاد شبکه همکاری بین کسب و کارها، حمایت از نوآوری و تسهیل ارتباط اعضا با بازارهای جدید.
- به طور خلاصه، کمیته‌های حرفه‌ای عمل‌گرا و تخصصی بوده و نقش صدای صنوف مختلف را در اتاق ایفا می‌کنند و وظیفه تحلیل، آموزش، برنامه‌ریزی و انتقال مطالبات حرفه‌ای بخش مورد نظر خود را دارند.
- موضوع اقتصاد دیجیتال و اهداف اتاق بازرگانی استان بول در این خصوص توسط کمیته‌های حرفه‌ای مربوط به این حوزه، همچون کمیته‌های فناوری اطلاعات (Information Technologies)، ارتباطات و رسانه (Information Communication Media) و رسانه و مطبوعات (Press and Media) به صورت مستقیم و در سایر کمیته‌ها به صورت غیر مستقیم، پیگیری می‌شود،^۱
- این کمیته‌ها عموماً در حوزه‌های پیگیری توسعه و آموزش در زمینه فناوری‌های دیجیتال، ارائه مشاوره در حوزه تجارت الکترونیک و شبکه‌های اینترنتی برای اعضا و تسهیل در ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال و ارائه تمهیدات حمایت از دیجیتال‌سازی کسب و کارها، خدماتی را ارائه می‌دهند.
- همچنین اتاق بازرگانی استان بول از طریق برنامه‌ها و موسسات اقماری خود نیز در این حوزه، در راستای ارائه خدمات و توسعه دیجیتال در ترکیه اقدام می‌نماید.

^۱ https://biltas.com.tr/en/solutions/administration-of-chambers-of-commerce-and-industry/?utm_source=chatgpt.com



جدول ۸- برخی موسسات اقماری اتاق بازرگانی استانبول^۱

ردیف	نام و موسسه	ارتباط با اتاق بازرگانی استانبول و فعالیت‌ها
۱	مرکز تجارت جهانی استانبول (ITDM) ^۲	این مرکز نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری را با همکاری اتاق بازرگانی استانبول سازماندهی می‌کند تا بستر صادرات و توسعه بین‌المللی اعضا فراهم شود
۲	مرکز نمایشگاهی استانبول (IFM) ^۳	هماهنگی نمایشگاه‌ها و گردهمایی‌های ملی و بین‌المللی تحت سیاست‌های تجاری اتاق بازرگانی استانبول
۳	تکنوپارک استانبول ^۴	به صورت مشترک زیر نظر وزارت صنایع دفاعی و اتاق بازرگانی استانبول اداره می‌شود، اتاق نقش کلیدی در سیاست‌گذاری، تأمین سرمایه و تسهیل ارتباط دانشگاه‌ها و شرکت‌های فناور دارد
۴	مرکز تجاری سازی دانش (BTM) ^۵	از ابتکارات نوآوری اتاق بازرگانی استانبول است، مرکز شتاب‌دهی و رشد استارت‌آپ‌ها و تجارت دانش‌بنیان با حمایت مستقیم اتاق
۵	دانشگاه بازرگانی استانبول ^۶	زیر نظر اتاق بازرگانی استانبول تأسیس شده و سیاست‌های آموزش عالی حوزه تجارت، اقتصاد و تحول دیجیتال را هماهنگ می‌کند
۶	مرکز داوری و میانجی‌گری اتاق بازرگانی استانبول (ITOTAM) ^۷	واحد حقوقی وابسته به اتاق بازرگانی استانبول برای داوری و حل اختلافات تجاری، در ساختار رسمی اتاق قرار دارد
۷	مرکز تسهیلات اجتماعی (CSK) ^۸	مجموعه رفاهی و خدمات اجتماعی اعضای اتاق و خانواده‌ها، تحت مدیریت و بودجه اتاق بازرگانی استانبول

^۱ <https://bndccim.com/wp-content/uploads/۲۰۲۳/۱۰/۸۸۸۸۸۸۸.pdf>

^۲ Istanbul World Trade Center - <https://www.istanbulwtc.com.tr/en/>

^۳ Istanbul Fair Center- <https://www.istanbulfuarm Merkezi.com.tr/en/>

^۴ Teknopark Istanbul- <https://www.teknoparkistanbul.com.tr/en>

^۵ BTM - Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi- <https://btm.istanbu>

^۶ <https://www.ticaret.edu.tr>

^۷ Istanbul Ticaret Odası Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi- <https://www.itotam.com>

^۸ Cemile Sultan Korusu- <https://www.ito.org.tr/en/about-icoc/our-social-facilities>

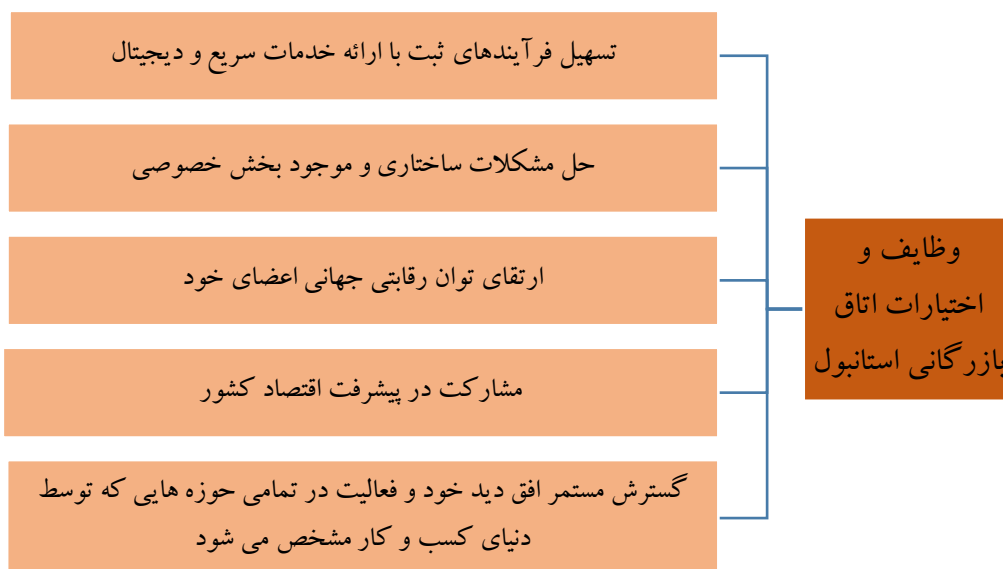


مشارکت اتاق بازرگانی استانبول در این مرکز نوآوری و شتاب‌دهی دانش‌بنیان، بستری برای تجاری‌سازی فناوری، حمایت از استارت‌آپ‌ها و پیوند میان دانشگاه‌ها و بازار ایجاد کرده است	وادی دانش (BV) ^۱	۸
تمرکز بر توسعه صنعت گردشگری و همایش‌ها در استانبول و ارتقای جایگاه استانبول به‌عنوان مقصد اصلی گردشگری و رویدادهای بین‌المللی.	بنیاد توسعه و آموزش گردشگری (TUGEV/ICVB) ^۲	۹

۷,۳. وظایف و اختیارات

وظایف و اختیارات اتاق بازرگانی استانبول بر اساس ماده شماره ۵۱۴۷ تعیین شده است و شامل موارد زیر است. ^۳

شکل ۸- وظایف و اختیارات کلی اتاق بازرگانی استانبول



وظایف و اختیارات اتاق بازرگانی استانبول (ITO) در حوزه اقتصاد دیجیتال، گسترده، ساختاریافته و مبتنی بر توسعه فناوری، تنظیم مقررات و حمایت از کسب و کارهای دیجیتال است. این موارد، با سیاست‌های کلان اقتصاد دیجیتال ترکیه همسویی دارند و جایگاه این اتاق را در حوزه دیجیتال بسیار ارتقاء داده است.

^۱ Bilişim Vadisi- <https://www.bilisimvadisi.com.tr/en>

^۲ Istanbul Convention & Visitors Bureau- <https://www.icvb.org>

^۳ <https://www.ito.org.tr/en/sectoral-committees/information-technologies>



جدول ۹- وظایف و اختیارات اتاق بازرگانی استانبول در حوزه دیجیتال^۱

ردیف	موضوع	توضیحات
۱	سیاست گذاری و تنظیم مقررات	تدوین و تصویب آیین نامه های دیجیتالی سازی کسب و کار، تجارت الکترونیک، امنیت داده و امضای دیجیتال برای اعضا و کارگزاران استانبول و تدوین و تصویب آیین نامه های دیجیتالی سازی کسب و کار، تجارت الکترونیک، امنیت داده و امضای دیجیتال برای اعضا و کارگزاران استانبول و همچنین تدوین و تصویب آیین نامه های دیجیتالی سازی کسب و کار، تجارت الکترونیک، امنیت داده و امضای دیجیتال برای اعضا و کارگزاران استانبول
۲	توسعه زیرساخت ها و خدمات دیجیتال	راه اندازی سامانه های ثبت شرکت، صدور کارت بازرگانی و انجام امور اداری به صورت کاملاً الکترونیک، راه اندازی سامانه های ثبت شرکت، صدور کارت بازرگانی و انجام امور اداری به صورت کاملاً الکترونیک، پیاده سازی زیرساخت آموزش دیجیتال، برگزاری دوره های تخصصی در فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک و هوش مصنوعی برای بنگاه های کوچک و بزرگ و ایجاد مرکز تحول دیجیتال و دپارتمان اختصاصی فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت شناسایی نیازها، مشاوره و تسهیل خدمات فناورانه برای اعضا و استارت آپ ها.
۳	حمایت و تسهیل نوآوری و استارت آپ ها	تاسیس، مدیریت و پشتیبانی مراکز تجاری سازی دانش (BTM) و شتاب دهنده های دیجیتال با هدف رشد کسب و کارهای دانش بنیان، اعطای گزنت ها، وام های تخصصی و برگزاری رویدادهای کارآفرینی فناورانه و تسهیل ارتباط بین شرکت های فناور، دانشگاه ها و اکوسیستم های تکنوپارک استانبول
۴	خدمات داوری، حل اختلاف و حمایت حقوقی دیجیتال	مدیریت مرکز داوری و میانجیگری تخصصی برای حل اختلافات تجاری در حوزه تجارت و فناوری دیجیتال و ارائه خدمات مشاوره حقوقی، ثبت مالکیت فکری دیجیتال و حفاظت از اطلاعات اعضا و استارت آپ ها
۵	توسعه بازار و تسهیل صادرات دیجیتال	برگزاری نمایشگاه های تجاری و فناوری با محوریت اقتصاد دیجیتال، همکاری با مراکز نمایشگاهی استانبول، ارائه اطلاعات تخصصی بازار، تحلیل داده های کلان

^۱ <https://bndccim.com/wp-content/uploads/۲۰۲۳/۱۰/۸۸۸۸۸۸۸۸.pdf> و <https://www.ito.org.tr/en/services/trade-registry-procedures/establishment-procedure-of-limited-liability-companies>



اقتصادی، سامانه عضویت و تبلیغات آنلاین برای شرکت‌های فعال در حوزه دیجیتال و تسهیل صادرات خدمات و محصولات دیجیتال، هدایت شرکت‌ها به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی با مشاوره تخصصی		
---	--	--

۷،۴. فعالیت‌های انجام شده و اثرات آنها

اتاق بازرگانی استانبول، تاکنون اقدامات متعددی در حوزه اقتصاد دیجیتال انجام داده و همچنین پروژه‌های راهبردی مختلفی را در دستور کار دارد که به توسعه اکوسیستم دیجیتال، حمایت از نوآوری و هماهنگی با سیاست‌های ملی تحول دیجیتال منجر می‌شوند.

جدول ۱۰- فعالیت‌های انجام شده در حوزه دیجیتال در اتاق بازرگانی استانبول

ردیف	موضوع	توضیحات
۱	زیرساخت و خدمات دیجیتالی ^۱	راه‌اندازی سامانه‌های دیجیتال برای ثبت شرکت، صدور کارت بازرگانی و انجام امور اداری آنلاین پایه‌سازی اتوماسیون اداری مبتنی بر فناوری اطلاعات، تسهیل ارتباط اعضا، کاهش بروکراسی و هزینه‌ها
۲	آموزش و ارتقاء مهارت دیجیتال ^۲	برگزاری دوره‌های تخصصی نوآوری و تجارت الکترونیک برای مدیران و کسب‌وکارها همکاری با دانشگاه بازرگانی استانبول و مراکز ملی جهت توانمندسازی نیروی انسانی دیجیتال
۳	حمایت از اکوسیستم نوآوری و استارت‌آپ‌ها	تاسیس و مدیریت مرکز تجاری‌سازی دانش (BTM) و حمایت از شتاب‌دهنده‌ها و پارک‌های فناوری برگزاری رویدادهای تخصصی برای ارزیابی، معرفی و رشد کسب‌وکارهای دیجیتال
۴	امنیت داده و خدمات حقوقی دیجیتال	راه‌اندازی مرکز داوری تخصصی (ITOTAM) جهت حل اختلافات فناوری و مالکیت معنوی ارائه مشاوره حقوقی و پروژه‌های حفاظت داده و مالکیت فکری دیجیتال به اعضا و شرکت‌های دانش‌بنیان

^۱ <https://www.ito.org.tr/en/about-icoc/about-us>

^۲ <https://bndccim.com/?p=۱۴۵۷۱>



انجام مطالعات تخصصی اقتصاد دیجیتال استانبول و انتشار گزارش های بازار تدوین پیشنهادهای سیاستی در زمینه داده های بزرگ و تجارت الکترونیک برای دولت و بخش خصوصی	تحقیق، سیاست گذاری و انتشار آمار	۵
---	-------------------------------------	---

این اتاق برای دستیابی به اهداف بزرگ تر برنامه ریزی می نماید و برای نیل به آنها اقدام می نماید. از جمله برنامه های پیش روی این اتاق می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- توسعه پلتفرم های مشاوره دیجیتال: (با هدف ارائه مشاوره تخصصی کسب و کار آنلاین و دیجیتال برای اعضا و استارتاپ ها)
- راه اندازی مراکز داده و فناوری پیشرفته: (گسترش مشارکت در ایجاد مرکز داده استانی استانبول جهت پاسخگویی به نیازهای نوآوری داده محور اکوسیستم دیجیتال)
- اتصال اکوسیستم استارتاپ به بازارهای بین المللی: (برنامه های حمایت از صادرات فناوری و محصولات دیجیتال و تسهیل دسترسی شرکت های ترک به بازارهای اروپا و خاورمیانه)
- شتاب دهی رشد آموزش های هوش مصنوعی و برنامه نویسی: (برگزاری کمپ های تخصصی و کارگاه های بزرگ مقیاس آموزش هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و برنامه نویسی برای مدیران و دانشجویان)
- تقویت امنیت داده: (اجرای پروژه های بلندمدت برای ارتقای حفاظت داده مطابق با استانداردهای بین المللی و پیاده سازی سیاست های امنیت اطلاعات)



۸. مقایسه اتاق‌های بازرگانی دیجیتال دبی، مالزی (کوالالامپور) و استانبول

جدول ۱۱- مقایسه اتاق‌های بازرگانی دیجیتال دبی، مالزی (کوالالامپور) و استانبول

ردیف	موضوع	دبی	مالزی	استانبول
۱	ساختار سازمانی و حکمرانی	اتاق بازرگانی دیجیتال دبی ساختار مجزا و تیم مدیریتی جداگانه از سایر اتاق‌های بازرگانی دبی و اهداف، امکانات و برنامه‌های ویژه خود را دارد	اتاق بازرگانی دیجیتال دبی ساختار مجزا و تیم مدیریتی جداگانه از سایر اتاق‌های بازرگانی دبی و اهداف، امکانات و برنامه‌های ویژه خود را دارد	ساختار یگانه با اتاق بازرگانی استانبول دارد و خدمات حوزه دیجیتال بخشی از خدمات اتاق بازرگانی استانبول است
۲	اهداف راهبردی و چشم انداز	تمرکز بر تبدیل دبی به قطب جهانی اقتصاد دیجیتال و جذب شرکت‌های چندملیتی فناوری، با برنامه‌های ویژه جذب سرمایه جهانی و تربیت نیروی انسانی در حوزه تکنولوژی	توسعه اقتصاد دیجیتال در محورهای تجارت الکترونیک، پذیرش فناوری‌های نوین، آموزش و ارتقای مهارت دیجیتالی نیروی انسانی و حمایت گسترده از SME ها	تسهیل دیجیتال‌سازی خدمات، توسعه زیرساخت مالی و اداری، حمایت از استارت‌آپ‌ها و اتصال اکوسیستم فناوری به بخش‌های سنتی، با تاکید بر تطبیق سیاست ملی تحول دیجیتال
۳	حوزه تمرکز	ارتقا زیرساخت، افزایش سهم اقتصاد دیجیتال در GDP، حمایت از هوش مصنوعی، بلاکچین، فین‌تک و اکوسیستم استارت‌آپی	تدوین راهبردهای کلان، ایجاد شبکه تخصصی و دفاتر عملیاتی برای هر حوزه، و رفع شکاف دیجیتالی منطقه‌ای و صنفی	رشد استارت‌آپ‌های محلی، انتقال دانش، آموزش دیجیتال و حمایت از صادرات خدمات و محصولات فناوری محور



<p>سامانه دیجیتال برای ثبت شرکت و کارت بازرگانی، برگزاری رویدادهای حرفه‌ای، شتاب‌دهی دانش، حمایت حقوقی و حل اختلافات تجاری، همکاری با تکنوپارک و مراکز دانشگاهی برای نوآوری و توسعه زیرساخت داده، پیگیری سیاست‌های دیجیتال، اتصال استارت‌آپ‌ها به صنایع سنتی و حمایت از توسعه بازارهای بین‌المللی</p>	<p>ایجاد دفاتر تخصصی برای حوزه‌های فناوری، آموزش، بلاکچین، رسانه، خرده‌فروشی، امنیت سایبری و ...، همراه با شبکه گسترده پروژه‌های آموزشی، رشد تکنولوژیک و رویدادهای ملی و منطقه‌ای و طرح راهبردی MyDigital، تخصیص بودجه دیجیتال به SME ها، همکاری با شرکت‌های بین‌المللی برای احداث دیتاسنتر و رشد آموزش دیجیتال</p>	<p>ارائه پلتفرم ثبت شرکت و خدمات ابری، شبکه‌سازی جهانی دیجیتال، مشاوره تخصصی حقوقی و مالی، جذب سرمایه‌گذاران خارجی و رویدادهای بین‌المللی</p>	<p>خدمات و فعالیتهای کلیدی</p>	<p>۴</p>
<p>رشد تدریجی اکوسیستم دیجیتال با تمرکز آموزشی و حمایتی، افزایش تعداد استارت‌آپ‌های موفق و خدمات دیجیتال گسترده</p>	<p>ایجاد شبکه گسترده نوآوری و آموزش، ارتقای مهارت انسانی، برگزاری رویدادهای تخصصی و رشد نظارت دولت بر سیاست‌های دیجیتال</p>	<p>رشد چشم‌گیر تعداد اعضای دیجیتال، جذب سریع استارت‌آپ‌های فناوری، تبدیل دبی به الگوی جهانی دولت بلاکچین</p>	<p>اثرگذاری و نوآوری شاخص</p>	<p>۵</p>



۹. چالش‌ها و فرصت‌ها در مسیر دیجیتال سازی اتاق‌های بازرگانی^۱

در مسیر دیجیتال سازی اتاق‌های بازرگانی، علاوه بر وجود فرصت‌های مهم و قابل توجهی که وجود دارد، چالش‌های بسیار جدی نیز وجود دارد که بنا بر سیاست‌های اقتصادی آن جامعه، همراهی دولت، میزان توجه و اعتماد فعالان اقتصادی به اتاق و همراهی ایشان، در جوامع مختلف متفاوت است و نیازمند مدیریت حرفه‌ای و انجام تبلیغات و کمپین‌های آگاه سازی در این جوامع است. این چالش‌ها و مزایا به صورت کلی در موارد ذیل خلاصه شده است:

۹.۱. چالش‌های دیجیتال سازی

- **مقاومت ساختاری و فرهنگی:** بسیاری از فرهنگ‌ها و اتاق‌های سنتی با توجه به این که ساختاری شکل گرفته و اهداف از قبل سازمان یافته دارند، نسبت به تغییرات دیجیتال مقاومت می‌کنند. این فرهنگ‌ها در مقابل تغییر و بازتعریف وظایف و نحوه تعامل با اقتصاد کشور و جهان استقامت می‌کنند و ترجیح می‌دهند یا وارد این حوزه نشوند و یا با حفظ ساختار قبل خود و فقط تا حدود مشخص و معینی در این حوزه فعالیت نمایند. از طرفی فعالان اقتصادی با فناوری‌های جدید آشنا نیستند و ترجیح می‌دهند از همان روش‌های قبل استفاده نمایند.
- **فقدان استراتژی شفاف مدیریت تحول:** نبود برنامه مدون و تیم مدیریت در اتاق‌های سنتی، تغییر سازمانی، اجرای پروژه‌های تحول دیجیتال را پرریسک و شکننده می‌نماید.^۲
- **مشکلات زیرساخت IT:** زیرساخت اینترنت، سخت افزار و امنیت اطلاعات در کشورهای در حال توسعه و برخی اتاق‌های بازرگانی ناکافی است و موجب کندی فرایند می‌شود.
- **نارسایی قوانین و مقررات:** در کشورهایی که در مقابل دیجیتال شدن نهادهای مختلف استقامت وجود دارد، عموماً قوانین تجارت دیجیتال، مالکیت فکری و داده اغلب پراکنده و ناکارآمد هستند و مانع رشد بازار دیجیتال می‌شوند.
- **کمبود مهارت انسانی تخصصی:** در کشورهایی که دیجیتال شدن نهادهای مختلف با مشکل رو به رو است، بسیاری از کارکنان و بنگاه‌ها، نیازمند آموزش و کسب مهارت‌های دیجیتال و فناوری اطلاعات هستند تا بتوانند در تحول جدید همراه شوند.^۳

^۱ <https://www.irisaco.com/digital-transformation-challenges/>

^۲ <https://strategicplanning.me/what-is-digital-transformation/>

^۳ <https://pishgamanasia.com/6-major-challenges-of-ceos-in-the-path-of-digital-transformation/>



۹,۲. فرصت‌ها و مزایای دیجیتال سازی^۱

اتاق‌های بازرگانی، با توجه به نقش مهم و موثرشان در توسعه منطقه‌ای و اهمیتشان در تغییر مسیر تصمیم‌گیری‌های ملی و استانی، باید در مسیر دیجیتال شدن و گسترش اقتصاد دیجیتال پیشگاه باشند. فرصت‌ها و مزیت‌های دیجیتال شدن آنها را می‌توان در موارد ذیل مطرح کرد:

- **افزایش بهره‌وری و شفافیت:** دیجیتال‌سازی منجر به افزایش سرعت، کاهش هزینه‌ها، بهبود شفافیت و کاهش خطاهای اداری و مالی در سازمان‌ها می‌شود.
 - **گسترش شبکه نوآوری و اکوسیستم استارت‌آپی:** دیجیتال شدن باعث ایجاد فضای همکاری فناورانه میان شرکت‌ها، دانشگاه‌ها و استارت‌آپ‌ها و تسهیل رشد اقتصاد دانش‌بنیان می‌شود.
 - **ارتقای خدمات آنلاین و تعاملات جهانی:** دیجیتال‌سازی منجر به ارائه خدمات غیرحضوری، ایجاد بستری برای تجارت بین‌المللی و دسترسی به بازارهای جهانی می‌شود.
 - **تحلیل داده و تصمیم‌گیری هوشمند:** در سازمان‌هایی که در حوزه دیجیتال شدن پیش‌قدم هستند، بهره‌گیری از اطلاعات کلان، ابزارهای هوش مصنوعی و تحلیل داده برای تدوین سیاست‌های راهبردی و حمایت هدفمند نهادینه می‌شود.
 - **حمایت سیاستی و لابی‌گری تخصصی:** اتاق‌های دیجیتال می‌توانند نقش موثری در تدوین استانداردها، قوانین روشن و حمایت از منافع کسب و کارهای دیجیتال داشته باشند.
- اتاق‌های بازرگانی با مدیریت دقیق، سرمایه‌گذاری هدفمند و آموزش مستمر می‌توانند از چالش‌های مسیر عبور کرده و فرصت‌های اقتصاد دیجیتال را به نفع اعضا و جامعه کسب و کار رقم بزنند.

^۱ <https://news.tccim.ir/story?nid=۷۹۳۶۸>



۱۰. تاثیرات دیجیتالی شدن در صنعت

دیجیتالی شدن صنایع، با اتکا به فناوری‌های نوین مانند اینترنت اشیا^۱، هوش مصنوعی، بلاکچین^۲ و سیستم‌های توکن^۳، موجب ارتقاء چشمگیر کیفیت، بهره‌وری و شفافیت در اغلب بخش‌های اقتصاد شده است و به حل چالش‌های ساختاری و افزایش نوآوری کمک کرده است. این اثرات برای حوزه‌های توکن و بلاکچین و همچنین انرژی نیز تحولات جدی و کاربردی به همراه داشته‌اند.^۴

گسترش علم دیجیتال در حوزه صنعت منجر به افزایش بهره‌وری و نوآوری از طریق رشد قابل توجه نوآوری منجر به بهره‌وری کل عوامل تولید در کارخانجات و بخش‌های تولیدی شده و با استفاده از فناوری‌های هوشمند، عملیات بهینه‌تر شده و در نهایت باعث کاهش هزینه‌ها و ارتقاء کیفیت محصولات حاصل می‌شود.^۵ همچنین از طریق اتوماسیون و مدیریت هوشمند و با ورود رباتیک، اتوماسیون و سنسورهای اینترنت اشیا به خطوط تولید موجب کاهش خطاهای انسانی، کاهش توقفات و بهبود نگهداری پیشگیرانه در صنایع شده و با انتقال سریع داده‌ها و تحلیل آن‌ها امکان تصمیم‌گیری لحظه‌ای را برای مدیران فراهم می‌کند.^۶ از سوی دیگر گسترش بلاکچین و هوش مصنوعی موجب شفافیت و رهگیری دقیق در زنجیره‌های تأمین می‌شود و این امر باعث کاهش تقلب، افزایش امنیت و بهبود مدیریت موجودی و لجستیک خواهد شد.^۷

از سویی گسترش توکن و بلاکچین منجر به حل مسائل متنوع صنعتی می‌شود. این موضوع از طریق بهبود شفافیت و ردیابی متاثر از پیاده‌سازی بلاکچین و توکن در صنایع مختلف (مانند تأمین مالی، سلامت، خرده‌فروشی) و امکان ردیابی دارایی‌ها و تراکنش‌ها در لحظه و بدون واسطه، فراهم می‌شود و میزان تقلب و خطا به شدت کاهش می‌یابد. از طرف دیگر باعث کاهش هزینه‌های تراکنش و افزایش امنیت می‌شود. استفاده از توکن و قراردادهای هوشمند در بخش‌های

^۱ اینترنت اشیا (IOT-Internet of Things)، به شبکه‌ای از دستگاه‌های فیزیکی اطلاق می‌شود که به اینترنت متصل هستند و به صورت خودکار داده‌ها را جمع‌آوری، ارسال، دریافت و با دیگر دستگاه‌ها یا سیستم‌ها تبادل می‌کنند. این فناوری با استفاده از حسگرها، نرم‌افزارها و ارتباطات بی‌سیم، اشیا را هوشمند کرده و به آن‌ها امکان تعامل دیجیتال و مدیریت مستقل می‌دهد؛ بدون نیاز به دخالت مستقیم انسان؛

^۲ بلاکچین (Blockchain) یک فناوری دفتر کل توزیع شده (Distributed Ledger Technology – DLT) است که داده‌ها را به صورت بلوک‌های زنجیره‌ای و به هم پیوسته ذخیره می‌کند. هر بلوک شامل مجموعه‌ای از تراکنش‌هاست و پس از ثبت، دیگر قابل تغییر یا حذف نیست. این ساختار باعث می‌شود که داده‌ها شفاف، تغییرناپذیر و قابل اعتماد باشند.

^۳ توکن (Token) یک دارایی دیجیتال است که بر بستر بلاکچین ایجاد می‌شود و می‌تواند نماینده یک ارزش، حق، یا دسترسی خاص باشد.

^۴ <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S105905624000467>

^۵ <https://www.docbyte.com/digital-transformation-impacts/>

^۶ <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440241281862>

^۷ <https://moldstud.com/articles/p-2020-overview-the-impact-of-token-development-on-different-industries>



مالی و عرضه، موجب کاهش هزینه‌های نقل و انتقالی (در مواردی تا ۹۰٪) و تسریع پروژه‌ها و افزایش امنیت داده‌ها می‌شود و در نهایت باعث توانمندسازی مالی و جذب سرمایه می‌شود؛ چرا که توکنیزه کردن دارایی‌ها، روند سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه را تسهیل می‌نماید و امکان تامین مالی جمعی و مشارکت گسترده‌تر را برای پروژه‌های صنعتی و انرژی فراهم می‌نماید^۱.

دیجیتالی شدن صنایع همچنین باعث مدیریت بهتر انرژی می‌شود. دیجیتالی شدن بخش انرژی از طریق مدیریت داده‌های مصرف، پیش‌بینی هوشمند، و بهره‌گیری از شبکه‌های هوشمند منجر به کاهش مصرف انرژی، بهینه‌سازی تولید و عرضه منابع می‌شود. همچنین به کارگیری سیستم‌های دیجیتال (مانند مدیریت پیشرفته توزیع و اتوماسیون شبکه) کمک می‌کند تا شرکت‌های انرژی بتوانند با کمترین اختلال و بیشترین پایداری خدمات خود را ارائه دهند و ریسک اختلالات و خاموشی را کاهش دهند، که این امر منجر به افزایش پایداری و تاب‌آوری سیستم انرژی می‌شود. به علاوه دیجیتالی شدن، امکان مشارکت فعال مصرف‌کنندگان در تولید و مدیریت انرژی، خرید و فروش انرژی مازاد و توسعه شبکه‌های محلی و انرژی‌های تجدیدپذیر را افزایش می‌دهد^۲.

۱۱. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به مباحث مطرح شده در خصوص اتاق‌های بازرگانی دیجیتال دبی، استانبول و مالزی می‌توان نتیجه گرفت، مدل حکمرانی، میزان تخصص‌گرایی، شیوه‌های حمایت از اکوسیستم نوآوری، و سیاست‌گذاری فعال هر اتاق، نقش تعیین‌کننده در سرعت، کیفیت و عمق تحول دیجیتال اقتصادی ایفا می‌کند.

دبی، با تفکیک ساختاری کاملاً تخصصی و سیاست جذب اکوسیستم‌های جهانی استارت‌آپ و فناوری، الگوی اول منطقه در سرعت رشد، بین‌المللی شدن و جذب مستقیم سرمایه و استعدادهای جهانی است.

استانبول، رویکرد تلفیقی سنت و مدرن شدن را پیش گرفته و با متنوع‌سازی خدمات دیجیتال، توسعه پارک‌های فناوری و حمایت از بازار محلی و منطقه‌ای، سهم بالایی در توسعه دیجیتال ترکیه ایفا می‌کند.

^۱ <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S296973612500003X>

^۲ <https://www.ingenero.com/blog/digital-transformation-energy-transition>



و مالزی، نیز با ساختار داخلی دفاتر تخصصی، بیشترین تمرکز را بر ارتقای مهارت انسانی، پر کردن شکاف دیجیتالی و راه‌اندازی اکوسیستم بومی - منطقه‌ای داشته است و مسیر رشد دیجیتال مبتنی بر مشارکت بخش خصوصی و دولتی و جذب فناوری خارجی را انتخاب کرده است.

در هر سه اتاق، موفقیت در دیجیتال‌سازی با «تدوین راهبرد دیجیتال روشن»، «تقسیم ساختاری و شفافیت نقش‌ها»، «ایجاد شبکه حمایتی و تخصصی»، و «سرمايه‌گذاري هدفمند بر آموزش و تسهیل فضای کسب‌وکار نوآور» حاصل شده است.

با توجه به وضعیت کشور ایران از نظر فناوری و جوان بودن تعداد زیادی از فعالان اقتصادی و جامعه آن، باید

در اولین قدم موضوع **گسترش آموزش دیجیتال و توسعه منابع انسانی** را مورد توجه قرار دهند، چرا که این موضوع با ارائه آموزش مهارت‌های دیجیتال به صورت آنلاین، افزایش توان نیروی کار و بهبود زیرساخت‌های فناوری در کسب‌وکارهای ایرانی، فرصت رشد و قابلیت رقابت جهانی را فراهم می‌نماید.

همچنین **استفاده از مدل‌های نوآوری و سرمايه‌گذاري خطرپذیر** را در کشور طرح و تبیین کنند، چرا که اکوسیستم استارت‌آپی ایران به سرعت در حوزه‌های هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، کلان‌داده و بلاکچین در حال رشد است؛ این شرکت‌ها با جذب سرمايه‌گذار داخلی و خارجی و شبکه‌سازی منطقه‌ای می‌توانند محصولات و خدمات نو عرضه کنند.

از سوی دیگر تلاش شود **کسب‌وکارها بر بستر پلتفرم‌های آنلاین** در حوزه‌هایی مانند تجارت الکترونیک، فین‌تک، مارکت پلیس و آموزش، امکان جذب مشتری و سرمايه‌گذار بدون محدودیت جغرافیایی را ایجاد شوند تا به گسترش جایگاه کسب‌وکارهای ایرانی در اقتصاد دیجیتال کمک نماید.

موضوع دیگر **توسعه صادرات خدمات و محصولات دیجیتال** است که در این خصوص کسب‌وکارهای ایرانی می‌توانند نرم‌افزار، اپلیکیشن، خدمات طراحی وب، محتوای دیجیتال و آموزش آنلاین را به بازارهای منطقه‌ای و جهانی صادر کنند و از رشد تقاضای بین‌المللی بهره‌مند شوند.

لذا به نظر می‌رسد نیاز است از طریق تخصصی‌سازی ساختار اتاق‌ها، از طریق ایجاد اتاق یا دپارتمان مستقل دیجیتال با قابلیت سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، نظارت و اجرای پروژه‌های تحول دیجیتال در مقیاس منطقه‌ای و ملی، از فرصت‌ها و امکانات این دیجیتالی شدن اقتصاد کشور استفاده کرد.



۱۲. پیوست

۱۲.۱ تعریف دیجیتالی شدن

تحول دیجیتال به عنوان یک رویکرد بنیادین در دگرگونی مدل‌های کسب و کار و فرآیندهای سازمانی، به طور رسمی از اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی در ادبیات مدیریت و فناوری مورد توجه قرار گرفت و طی سه دهه گذشته به یکی از ارکان جدایی ناپذیر راهبردهای توسعه نگاه‌ها بدل شده است. با این حال، ریشه‌های نظری و فنی این مفهوم را می‌توان به انتشار مقاله مشهور «نظریه ریاضی ارتباطات» اثر دکتر کلود شانون در میانه قرن بیستم بازگرداند. شانون با ارائه چارچوبی دقیق برای تحلیل و انتقال اطلاعات، زیربنای علمی تحولات بنیادین در شیوه‌های ارتباطی و در نهایت شکل‌گیری بسترهای اینترنتی را فراهم ساخت. تداوم این مسیر علمی، با اختراع ریزتراشه و ترانزیستور نیمه‌هادی و گذار از محاسبات آنالوگ به دیجیتال، شرایط لازم برای تحقق عصر دیجیتالی شدن و ایجاد زیرساخت‌های تحول دیجیتال را مهیا کرد.

در نخستین مراحل دیجیتالی شدن، ایجاد کانال‌های ارتباطی اولیه نظیر وب‌سایت‌ها صرفاً امکان برقراری ارتباط مستقیم میان شرکت‌ها و مشتریان را فراهم ساخت. با گذشت زمان و گسترش ظرفیت‌های فناوری، فرآیندهای دیجیتال پیشرفته‌تری برای پشتیبانی و بهبود تعاملات با مشتریان توسعه یافت. به موازات این تحولات، نگاه‌های اقتصادی به تدریج به این درک رسیدند که دیجیتالی شدن نقشی کلیدی در ارتقای رقابت‌پذیری و افزایش موفقیت آن‌ها در بازار ایفا می‌کند.

فناوری‌های نوظهور در سال‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین محرک‌های تحول دیجیتال تبدیل شده‌اند و نقشی کلیدی در بازطراحی مدل‌های کسب و کار، بهبود فرآیندهای سازمانی و ارتقای تجربه مشتری دارند. به‌عنوان نمونه، هوش مصنوعی و یادگیری ماشین به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا از حجم عظیم داده‌ها برای تحلیل دقیق‌تر و تصمیم‌گیری هوشمند استفاده کنند. در همین راستا، اینترنت اشیا با اتصال دستگاه‌ها و گردآوری داده‌های لحظه‌ای، امکان نظارت و کنترل مؤثرتر را در حوزه‌های مختلف صنعتی فراهم می‌سازد.

در کنار این‌ها، محاسبات ابری با انعطاف‌پذیری و مقیاس‌پذیری بالا، توسعه و استقرار راهکارهای دیجیتال را ساده‌تر کرده است. همچنین بلاک‌چین با افزایش امنیت و شفافیت، اعتماد بیشتری به فرآیندهای دیجیتال می‌بخشد. به طور کلی، این فناوری‌ها نه تنها سرعت اجرای تحول دیجیتال را بیشتر کرده‌اند، بلکه فرصت‌های تازه‌ای برای نوآوری و خلق ارزش به وجود آورده‌اند. در نتیجه، سازمان‌هایی که زودتر و هوشمندانه‌تر این فناوری‌ها را به کار می‌گیرند، از مزیت رقابتی قابل توجهی برخوردار خواهند شد.



۱۲.۲ فرایند دیجیتالی شدن

فرایند دیجیتالی شدن، علاوه بر موضوعات فنی شامل تحول در موضوعات فرهنگی، سیاسی و آموزشی نیز می‌شود.

۱. دیجیت‌سازی (Digitization): تبدیل داده‌ها و منابع فیزیکی یا آنالوگ (مانند اسناد کاغذی، تصاویر، ویدئو یا صدا) به فرمت دیجیتال (صفر و یک)؛

۲. ذخیره‌سازی و سازماندهی: نگهداری اطلاعات دیجیتال در رایانه‌ها، سرورها یا زیرساخت‌های ابری، همراه با ایجاد ساختارهایی برای دسته‌بندی و بازیابی داده؛

۳. دسترسی و اشتراک‌گذاری: امکان تبادل و دسترسی آسان به داده‌ها از طریق وبسایت‌ها، اپلیکیشن‌ها، شبکه‌های اجتماعی و سامانه‌های آنلاین؛

۴. دیجیتال‌سازی (Digitalization): استفاده از داده‌های دیجیتال برای بهبود فرآیندهای موجود، افزایش سرعت و کاهش هزینه‌ها (مثلاً بانکداری آنلاین یا سامانه‌های دولت الکترونیک)؛

۵. نوآوری و خلق خدمات جدید: طراحی محصولات و مدل‌های کسب‌وکار نوین بر پایه فناوری‌های دیجیتال، مانند آموزش مجازی، فروشگاه‌های اینترنتی، اینترنت اشیا یا هوش مصنوعی؛

۶. تحول دیجیتالی (Digital Transformation): دگرگونی گسترده در ساختار، فرهنگ و مدل‌های کسب‌وکار سازمان به منظور بهره‌گیری کامل از ظرفیت‌های فناوری‌های دیجیتال و ایجاد ارزش پایدار؛

در مسیر دیجیتالی شدن، فناوری‌های زیرساختی (Infrastructure Technologies)، امکان ساخت ابزارها و راهکارهای متنوع بر بستر آنها وجود دارد. در حقیقت فناوری‌های زیرساختی، فناوری‌هایی هستند که مثل یک بستر پایه‌ای عمل می‌کنند و امکان توسعه، استقرار و اجرای سایر فناوری‌ها، ابزارها و خدمات دیجیتال و افزایش امنیت را فراهم می‌سازند.^۱

برای مثال می‌توان گفت همان‌طور که زیرساخت برق یا جاده ایجاد می‌شود تا سایر فعالیت‌ها روی آن بنا شوند، فناوری‌های زیرساختی هم پایه اصلی دنیای دیجیتال هستند. از مهمترین ویژگی‌های این زیرساخت‌ها می‌توان به موضوعات ذیل اشاره کرد:^۲

^۱ https://buzzclan.com/digital-transformation/key-digital-transformation-technologies/?utm_source=chatgpt.com

^۲ https://www.nature.com/articles/s09897-025-41598-w?utm_source=chatgpt.com



۱. پایه‌ای بودن: زیربنای سایر فناوری‌ها و نوآوری‌ها محسوب می‌شوند؛
۲. غیرمستقیم بودن کاربرد آنها: معمولاً به‌طور مستقیم به مشتری نهایی ارائه نمی‌شوند، بلکه ابزارها و خدمات بر بستر آنها ساخته می‌شوند؛
۳. گسترده بودن: قابلیت پشتیبانی از صنایع و بخش‌های مختلف را دارند؛

جدول ۱۲- برخی نمونه‌های فناوری‌های زیرساختی^۱

کاربرد	نوع استفاده	فناوری زیرساختی
در شبکه‌های اجتماعی، تجارت الکترونیک و ارتباطات آنلاین	زیرساخت ارتباطی جهانی برای تبادل داده	اینترنت و پروتکل‌های ارتباط (TCP/IP, 5G, IoT)
میزبانی وب، SaaS ^۲ و هوش مصنوعی در مقیاس بزرگ	بستر ذخیره‌سازی، پردازش و ارائه خدمات نرم‌افزاری	رایانش ابری (Cloud Computing)
در موتورهای جستجو و اتوماسیون	بستری برای تحلیل داده‌های کلان و تصمیم‌گیری هوشمند	هوش مصنوعی (AI) و یادگیری ماشین (ML)
در رمزارزها، زنجیره تأمین و قراردادهای هوشمند	ایجاد امنیت، شفافیت و اعتماد در تراکنش‌های دیجیتال	بلاکچین و سایر فناوری‌های دفترکل توزیع‌شده (DLT)
تحلیل رفتار مشتری، پیش‌بینی بازار و بهینه‌سازی عملیات	ذخیره و پردازش داده‌های عظیم	پایگاه‌های داده پیشرفته و کلان‌داده (Big Data Infrastructure)
خودروهای خودران، دستگاه‌های IoT ^۳	پردازش داده در نزدیکی منبع تولید	رایانش لبه‌ای (Edge Computing)

پس از ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال مانند اینترنت، رایانش ابری، بلاکچین و پایگاه‌های داده، ابزارهای دیجیتال همچون توکن و سایر دارایی‌های دیجیتال مبتنی بر این زیرساخت‌ها توسعه می‌یابند. ابزارهای دیجیتال جایگاه بسیار کلیدی در اکوسیستم فناوری دیجیتال دارند و به عنوان پل و رابط میان زیرساخت‌های فنی و خدمات با فرآیندهای عملیاتی و نوآوری، ایفای نقش می‌نمایند.

^۱ <https://www.elsevier.es/en-revista-journal-innovation-knowledge-376-pdf-S2444569X24000817>

^۲ Software as a Service- (یکی از مدل‌های خدمات رایانش ابری)

^۳ Internet of Things- (اینترنت اشیا)



شکل ۹- نقش‌های اصلی ابزارهای دیجیتال^۱



در واقع اکوسیستم دیجیتالی دارای سه لایه است که هر کدام نقش ویژه خود را در آن دارند. چارچوب مفهومی جایگاه ابزارهای دیجیتال در اکوسیستم دیجیتال به صورت تعامل و هم‌افزایی میان این سه لایه اصلی تعریف می‌شود.^۲

- زیرساخت دیجیتال (Digital Infrastructure): شامل شبکه‌های ارتباطی، رایانش ابری، بلاکچین، IoT و سیستم‌های پردازش داده؛
- پلتفرم‌ها و ابزارهای دیجیتال: مجموعه نرم‌افزارها و فناوری‌هایی مانند سامانه‌های مدیریت داده، سیستم‌های یادگیری، ابزارهای تحلیل اطلاعات، اپلیکیشن‌های موبایل و سرویس‌هایی مثل توکن که بر زیرساخت دیجیتال ساخته می‌شود و میان کاربران، سازمان‌ها، دستگاه‌ها و داده‌ها تعامل ایجاد می‌کنند؛

^۱ <https://civilica.com/doc/۲۳۴۹۲۶۷/>

^۲ https://cnxus.org/wp-content/uploads/۱۱/۲۰۲۱/Digital_Strategy_Digital_Ecosystem_Final.pdf



- خدمات و محصولات نهایی: همه کاربردها، ارزش آفرینی‌ها، تجارت الکترونیک، قراردادهای هوشمند، تعاملات اجتماعی و نوآوری‌هایی که توسط ابزارهای دیجیتال و مبتنی بر اکوسیستم دیجیتال به مصرف کننده یا سازمان ارائه می‌شوند؛^۱

۱۲.۳ تفاوت دیجیتالی شدن و تحول دیجیتال

اگر چه اصطلاحات "دیجیتالی شدن (Digitalization)" و "تحول دیجیتال (Digital Transformation)" در ادبیات روزمره گاهی به جای یکدیگر به کار می‌روند، اما از نظر علمی و مدیریتی تفاوت‌های مهمی میان آن‌ها وجود دارد که درک صحیح این تفاوت‌ها برای موفقیت سازمان‌ها در مسیر دیجیتال ضروری است.

"دیجیتالی شدن" بیشتر به معنای استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای بهبود فرآیندهای موجود است؛ به عنوان نمونه، جایگزین کردن اسناد کاغذی با سامانه‌های دیجیتال، پیاده‌سازی بانک‌داری آنلاین یا استفاده از سامانه‌های مدیریت منابع سازمان و هدف در این سطح، کارآمدتر کردن عملیات جاری و کاهش هزینه‌ها از طریق فناوری است.

در مقابل، "تحول دیجیتال" یک گام فراتر می‌رود و به بازآفرینی مدل‌های کسب و کار، فرهنگ سازمانی و تجربه مشتری بر پایه فناوری‌های دیجیتال اشاره دارد. در این مرحله، سازمان‌ها نه تنها فرآیندهای موجود را دیجیتال می‌کنند، بلکه به طور بنیادین شیوه ارزش آفرینی خود را تغییر می‌دهند؛ برای مثال، خلق مدل‌های کسب و کار نوین بر بستر داده‌های کلان، توسعه خدمات شخصی‌سازی شده با هوش مصنوعی یا شکل‌دهی به اکوسیستم‌های دیجیتال میان صنایع مختلف. بر این اساس، دیجیتالی شدن را می‌توان پیش‌نیاز تحول دیجیتال دانست. سازمان‌هایی که صرفاً به دیجیتالی شدن بسنده کنند، ممکن است در بهبودهای کوتاه‌مدت موفق باشند، اما تنها با عبور به مرحله تحول دیجیتال است که می‌توانند از مزیت رقابتی پایدار و نوآوری مستمر برخوردار شوند.

تحول دیجیتال، یک «محیط، نظام و فرهنگ» کاملاً جدید می‌سازد که همه ابعاد زندگی، اقتصاد، حکمرانی، حقوق و رفتار اجتماعی را دگرگون می‌کند. تحول دیجیتال به معنای بازنگری عمیق ساختارها و مدل‌های کسب و کار، حکمرانی و تجربه شهروندی با محوریت فناوری‌های نوآور است.

^۱ https://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/TIMReview_August2019-20/Final20-%20-%20/D.pdf



جدول ۱۳- مراحل کلیدی ایجاد اکوسیستم دیجیتال^۱

اقدامات	مراحل ایجاد اکوسیستم
<ul style="list-style-type: none"> - سرمایه گذاری روی اینترنت پرسرعت، پوشش گسترده، مرکز داده، زیرساخت‌های ابری^۲، پهنای باند و تجهیزات ارتباطی مدرن - ارتقای سواد دیجیتال و آموزش همگانی برای استفاده درست و امن از فناوری - توجه به مقرون به صرفه بودن خدمات و کاهش شکاف دیجیتال بین گروه‌ها یا مناطق محروم جامعه 	<p>توسعه زیرساخت و پذیرش فناوری‌های ارتباطی</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تصویب قوانین حمایت از حقوق دیجیتال و آزادی بیان، مبارزه با سرکوب و حفاظت داده‌های شخصی - توسعه دولت الکترونیک و ارائه خدمات عمومی، شفاف و قابل دسترس به صورت آنلاین - تقویت نقش رسانه و جامعه مدنی برای نظارت و مطالبه گری حق شهروندی در فضای دیجیتال 	<p>تدوین و پیاده‌سازی سیاست‌های حقوقی و حکمرانی دیجیتال</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد بستر تجارت الکترونیک، خدمات مالی دیجیتال و تسهیل پرداخت‌ها و تراکنش‌های غیر حضوری - حمایت از استارت‌آپ‌ها و تربیت نیروی انسانی ماهر در زمینه فناوری‌های نوین - ایجاد محیط رقابتی برای رشد و ورود کسب و کارهای نوآور به بازار جهانی 	<p>شکل‌دهی بخش اقتصاد دیجیتال و حمایت از نوآوری</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تضمین شمول اجتماعی و دسترسی برابر برای همه (جنسیت، توانایی، گروه‌های محروم) - ارتقای امنیت سایبری در تمام سطوح فردی، سازمانی و ملی - به کارگیری و مدیریت فناوری‌های نوظهور (هوش مصنوعی، بلاکچین، اینترنت اشیا، رباتیک) - درک و مدیریت اثرات روابط بین الملل و رقابت جهانی بر تحول دیجیتال کشور 	<p>توجه به موضوعات راهبردی و میان‌رشته‌ای</p>

^۱ https://cnxus.org/wp-content/uploads/۱۱/۲۰۲۱/Digital_Strategy_Digital_Ecosystem_Final.pdf

^۲ زیرساخت ابری (Cloud Infrastructure) مجموعه‌ای از سخت‌افزارها، نرم‌افزارها، شبکه‌ها و منابع ذخیره‌سازی است که به صورت مجازی در بستر رایانش ابری (Cloud Computing) ارائه می‌شود



در نهایت می‌توان گفت ایجاد اکوسیستم دیجیتال برای رشد، عدالت، امنیت و رقابت‌پذیری ملی و دستیابی به اهداف توسعه پایدار حیاتی است و جامعه را برای مشارکت فعال در جهان امروز آماده می‌سازد و به همین دلیل در مرکز توجه مدیران و تصمیم‌گیران کشورهای جهان قرار گرفته است.

۱۲.۴. توکن و توکنایزه شدن

توکن یک واحد کوچک و مستقل است که در موضوعات مختلف علوم رایانه و اقتصاد دیجیتال معنای گوناگونی دارد؛ اما به طور علمی در رایانه، توکن کوچکترین بخش معنایی داده مثل کلمه، کاراکتر یا نماد است که قابل پردازش توسط ماشین یا نرم‌افزار است. در برنامه‌نویسی، توکن می‌تواند کلمه کلیدی، شناساگر، عملگر یا جداکننده باشد و اولین مرحله تحلیل واژگانی منع کد، تقسیم متون به توکن‌های مختلف است.^۱

توکن در اقتصاد نوین و بازارهای مالی، یک نماد دیجیتال است که می‌تواند نشان‌دهنده مالکیت جزئی یا کامل بر در دارایی‌هایی مثل سهام، املاک، طلا، آثار هنری یا حتی حقوق ناملموس مانند حق رأی باشد. این توکن‌ها در بستر بلاکچین قابلیت معامله، انتقال و تقسیم دارند و ارزش‌شان مطابق ارزش دارایی واقعی خواهد بود.^۲

توکنایزه کردن (tokenization)، فرایند تقسیم یک رشته داده یا متن به بخش‌های کوچکتر یعنی توکن‌ها است و در موضوعات مختلف روند متفاوتی دارد.

- در حوزه تحلیل متن و NLP، توکنایز کردن داده را برای آماده‌سازی ورودی مدل‌های یادگیری ماشین ضروری است؛ مثلاً جمله "هوش مصنوعی آینده فناوری است." به پنج توکن کلمه‌ای تقسیم می‌شود: "هوش"، "مصنوعی"، "آینده"، "فناوری"، "است".
- در حوزه امنیت و داده‌های حساس، توکنایز کردن به معنای جایگزینی داده‌های اصلی و محرمانه با توکن‌های غیرقابل بازگشت و ایمن برای کاهش خطر سرقت داده است.

^۱ <https://avalai.ir/blog/what-is-token/>

^۲ <https://navasan.io/article/what-is-tokenized-stock/>

^۳ Natural Language Processing - پردازش زبان طبیعی، شاخه‌ای از هوش مصنوعی و علوم کامپیوتر است که هدف آن آموزش کامپیوترها برای درک، تفسیر و پردازش زبان انسانی (متن یا گفتار) به روشی مشابه انسان است.



- در اقتصاد دیجیتال و بلاکچین، توکنایز به معنای تبدیل دارایی‌های فیزیکی یا دیجیتال مثل ملک، سهام یا اثر هنری به توکن‌های دیجیتال قابل معامله است.^۱

۱۲.۴.۱. توکنیزه کردن در اقتصاد

توکنیزه کردن (Tokenization) فرآیندی است که در آن دارایی‌های دنیای واقعی (RWA^۲)، به توکن‌های دیجیتال تبدیل می‌شوند. این دارایی‌ها می‌توانند بسیار متنوع باشند و شامل املاک، سهام شرکت‌ها، طلا، نقره، آثار هنری و سایر دارایی‌های فیزیکی یا غیرفیزیکی می‌شوند.

در پاسخ به این سوال که چرا باید دارایی‌ها را به توکن تبدیل کرد و این موضوع چه تاثیری در حوزه اقتصادی دارد می‌توان به موضوعات ذیل به عنوان مزایای توکنیزه کردن اقتصادی و دارایی‌ها اشاره کرد:^۳

- امکان فروش جزئی (متری یا سهامی)؛
- راحتی فرایند توکنایز، فروش و نوآورانه بودن آن برای سرمایه‌گذارهای خطرپذیر؛
- جذب بخش جدیدی از سرمایه‌گذارانی که پیش از این در دسترس کسب و کارهای سنتی نبوده‌اند (مثل دارندگان رمز ارز)؛
- امکان جذب سرمایه از طریق فروش بین‌المللی (مشتریان خارجی)؛
- امکان تبادل دارایی‌های فیزیکی به دارایی‌های رمز ارزی معتبر؛
- امکان جذب سرمایه بدون در اختیار گذاشتن یا فروش دارایی‌ها؛
- جذب سریع سرمایه‌گذار برای ایده‌های جدید و کسب و کار؛
- امکان دریافت کارمزد و TAX از سایر فعالیت‌های سرمایه‌گذاران توکن مثل تبادل دارایی‌ها، واریز، برداشت و انتقال به دیگران؛

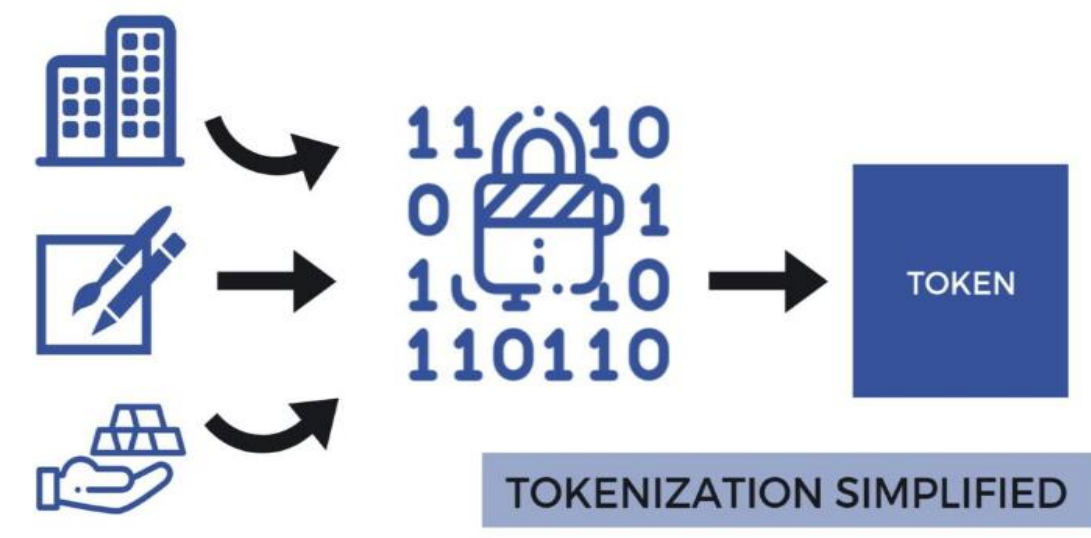
^۱ <https://digialpha.agency/post/%D%AA%D%AA%D%A%D%86%D%8A%DB%CD%8B-%D%8AF%D%8A%DB%8D%8A%DB%CD%8AF%DB%CD%8AC%DB%CD%8AA%D%8A%84%9-%DA%86%DB%CD%8B%8D%8AA%D%8F/>

^۲ Real World Assets

^۳ <https://digialpha.agency/post/%D%AA%D%AA%D%A%D%86%D%8A%DB%CD%8B-%D%8AF%D%8A%DB%8D%8A%DB%CD%8AF%DB%CD%8AC%DB%CD%8AA%D%8A%84%9-%DA%86%DB%CD%8B%8D%8AA%D%8F/>



شکل ۹- توکنایزه شدن دارایی



مدل‌های توکنایزه کردن بنا بر شرایط و نتایج مورد انتظار، متفاوت است و به شکل زیر طبقه‌بندی می‌شود که هر کدام کاربردها و ویژگی‌های خاص خود را دارند.

جدول ۱۴- مدل‌های توکنایزه کردن اقتصادی و دارایی

شرح	مدل
<p>در این مدل، دارایی‌های ارزشمند نظیر طلا، نقره، زمین یا ملک به صورت توکن در می‌آیند و خریداران مستقیماً مالک بخشی از آن دارایی می‌شوند. توکن‌ها نماینده مالکیت جزئی یا کلی بر دارایی واقعی هستند و امکان معامله بخش‌های کوچک‌تر (fractional ownership) را فراهم می‌کنند. این مدل در بازار املاک و فلزات گران‌بها کاربرد دارد و باعث افزایش نقدشوندگی و دسترسی به سرمایه‌گذاری برای افراد خرد می‌شود.^۱</p>	توکنایز مالکیت مستقیم دارایی فیزیکی
<p>در این مدل، خود دارایی فیزیکی به توکن تبدیل نمی‌شود؛ بلکه جریان درآمدی آینده یا مثلاً سود پروژه یا بهره ملک توکنایز می‌شود. خریداران به میزان تعداد توکن‌ها، در درآمد آتی پروژه یا دارایی شریک‌اند اما مالکیت فیزیکی جابه‌جا نمی‌شود.</p>	توکنایز درآمد یا جریان نقدی آتی دارایی

^۱ <https://www.weforum.org/publications/asset-tokenization-in-financial-markets-the-next-generation-of-value-exchange/>



<p>این مدل در پروژه‌های مشارکت جمعی و جذب سرمایه شفاف کاربرد گسترده دارد و ریسک مالکیت را حذف می‌کند.^۱</p>	
<p>در این مدل، علاوه بر مالکیت دارایی، حق مشارکت در مدیریت و تصمیم‌گیری‌های سازمان نیز توکنایز می‌شود. دارندگان توکن هم در مالکیت دارایی و هم در مسائل حکمرانی یا رأی‌گیری شرکت یا سازمان شریک‌اند. این مدل در حوزه شرکتی، استارت‌آپ‌ها و شبکه‌های غیرمتمرکز (مانند DAOs) کاربرد دارد که امکان رأی‌گیری و کنترل مشترک ایجاد می‌کند.^۲</p>	<p>توکنایز مالکیت و مدیریت سازمانی</p>
<p>در این مدل، با توجه به نوآوری و نیاز کارفرما، ترکیبی از چند مدل بالا استفاده می‌شود. ممکن است بخشی از دارایی و بخشی از درآمد یا مدیریت توکنایز شود و راهکارهای متنوع و انعطاف‌پذیری برای اکوسیستم‌های مالی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری و پروژه‌های خاص ارائه دهند. مدل‌های ترکیبی معمولاً در بازارهای سرمایه بین‌المللی و پروژه‌های بزرگ پیشنهاد می‌شوند.^۳</p>	<p>مدل‌های ترکیبی و نوآورانه بر اساس نیاز کارفرما</p>

۱۲.۴.۲. نقش توکنایز شدن در اتاق‌های بازرگانی دیجیتال

توکنایز کردن در اتاق‌های بازرگانی دیجیتال کارکردهای راهبردی و کلیدی دارد که باعث تحول حکمرانی اقتصادی و افزایش کارایی، شفافیت و دسترسی بازار برای اعضای آنها و کسب و کارها می‌شود. کاربردهای توکنایز کردن در اتاق‌های بازرگانی به صورت ذیل مطرح شده است.

- افزایش نقدشوندگی و سرمایه‌گذاری جمعی^۴

^۱ <https://katten.com/tokenization-of-real-world-assets-opportunities-challenges-and-the-path-ahead>

^۲ https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/11/2021/understanding-the-tokenisation-of-assets-in-financial-markets_2e657111/c033401a-en.pdf

^۳ <https://katten.com/tokenization-of-real-world-assets-opportunities-challenges-and-the-path-ahead>

^۴ <https://entethalliance.org/enterprise-ethereum-alliance-and-chamber-of-digital-commerce-launch-strategic-partnership-to-advance-the-token-enabled-economy/>



اتاق‌های بازرگانی دیجیتال می‌توانند با تسهیل توکنایز کردن دارایی‌ها (مانند املاک، سهام یا پروژه‌های بزرگ) امکان مشارکت و مالکیت جزئی برای اعضا و سرمایه‌گذاران خرد را فراهم نمایند. این موضوع بازارهای سرمایه‌گذاری را به روی مخاطبان گسترده‌تر باز می‌کند و نقدشوندگی دارایی‌ها را بالا می‌برد.

- ارتقاء شفافیت و امنیت گزارش دهی و حکمرانی^۱

استفاده از بلاکچین و ثبت مالکیت و تراکنش‌ها در قالب توکن‌ها باعث شفافیت کامل سوابق معاملات و مالکیت می‌شود و امکان تقلب و جعل را به شدت کاهش می‌دهد؛ در نتیجه، اتاق بازرگانی می‌تواند با تسهیل این موضوع، فضای اعتماد اعضا و طرف‌های تجاری را ارتقاء دهد.

- کاهش هزینه‌ها و تسریع فرایندهای اداری^۲

پایه‌سازی قراردادهای هوشمند و فرآیندهای دیجیتالی باعث حذف واسطه‌ها، حداقل شدن هزینه‌های انتقال و معامله و تسریع رسیدگی به پرونده‌های مالی، مالکیتی یا توسعه کسب و کارها می‌شود.

- تقویت مشارکت در مدیریت و تصمیم‌گیری

توکن‌های حکمرانی یا رأی‌گیری می‌توانند برای انتخابات هیات مدیره، رأی‌گیری درباره سیاست‌ها و برنامه‌های اتاق یا مشارکت در پروژه‌های مشترک مورد استفاده قرار گیرند، به طوری که اعضا به نسبت سهم خود در تصمیمات، نقشی فعال خواهند داشت.

- تسهیل دسترسی به خدمات و بازار جهانی^۳

توکنایز کردن خدمات و مزایا (مثل دسترسی ویژه به مشاوره، آموزش، شبکه‌سازی جهانی)، می‌تواند بازاریابی و مدیریت عضویت را متحول کند و اعضا را به صورت شفاف‌تر و با دسترسی ۲۴ ساعته به منابع متصل نماید.

- کاهش ریسک و بهبود مدیریت دارایی‌های دیجیتال^۴

امکان تأمین مالی جمعی، بیمه‌ها و مدیریت هوشمند دارایی‌های مشترک اتاق‌های بازرگانی به کمک شفافیت و ردیابی دائمی قابل اصلاح در بستر بلاکچین فراهم می‌شود.

^۱ <https://pdfs.semanticscholar.org/d۲۵۹/۵۹۷f۴۴۰۲d۰dd۳bc۸d۴۷a۵۲a۴۵۲۰۷d۰۴۷۵۱۶۶.pdf>

^۲ <https://bitstaete.nl/en/publication/tokenization-of-assets/>

^۳ <https://www.chainalysis.com/blog/asset-tokenization-explained/>

^۴ https://reports.weforum.org/docs/WEF_Asset_Tokenization_in_Financial_Markets_۲۰۲۵.pdf



در ایران با توجه به نبودن یا کاستی در قوانین و ساختارهای قانونی و حاکمیتی و عزم جدی برای دیجیتالیزه کردن فرایندهای اقتصادی، نیاز است اتاقهای بازرگانی با تبیین کارشناسی ابعاد مختلف موضوع، تدوین برنامه‌های آموزشی با سرفصل‌های کاربردی و برگزاری جلسات مختلف با فعالان اقتصادی و نهادهای حاکمیتی در خصوص اهمیت این موضوع تاکید و اطلاع‌رسانی نمایند.